



**IOLANDA
VANESSA LOPES
RIBEIROS ALVES
MARQUES**

**ESTUDO PARA APLICAÇÕES DE FILIGRANA
PORTUGUESA EM ACESSÓRIOS DE MODA**



**IOLANDA
VANESSA LOPES
RIBEIROS ALVES
MARQUES**

**ESTUDO PARA APLICAÇÕES DE FILIGRANA
PORTUGUESA EM ACESSÓRIOS DE MODA**

Tese apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design, realizada sob a orientação científica do Mestre Paulo Alexandre Lomelino de Freitas Tomé Rosado Bago De Uva, Professor Auxiliar Convidado da Universidade de Aveiro

o júri

presidente

Professor Doutor Álvaro José Barbosa de Sousa
professor auxiliar da Universidade de Aveiro

Doutora Aldina Maria Pedro Soares
professora adjunta, Instituto politécnico de Setúbal

Mestre Paulo Alexandre Lomelino de Freitas Tomé Rosado Bago De Uva
professor auxiliar convidado da Universidade de Aveiro

agradecimentos

Quero agradecer ao meu orientador, a compreensão e entusiasmo nesta matéria, aos professores que contribuíram ao longo desde percurso, mesmo que com observações mais incisivas e principalmente quero agradecer aos meus familiares que estiveram ao meu lado de forma física ou espiritual, eu sei que tive a força de todos vocês.

Também aos meus amigos e colegas que me foram apoiando e aconselhando, e reforçaram o sentido da amizade.

Dedico esta dissertação aos meus avós que partiram ultimamente e que me incentivaram a mais uma pequena vitória, não podendo assistir ao meu lado a mais uma pequena vitória.

Á minha avó “sobrevivente” que tem sempre contribuído e apoiado os meus estudos e sempre me incentivou.

Ao meu namorado pelo apoio e ajuda que me deu, na realização desta dissertação.

Ao meu pai e irmão por estarem presentes nesta ocasião, mas principalmente á minha mãe que tanto se sacrifica para dar uma esperança de futuro aos seus filhos mesmo em momentos difíceis que temos estado a passar.

palavras-chave

Filigrana, ourivesaria; moda, adorno, artifice

resumo

Nesta dissertação pretendo contribuir para o estudo da filigrana portuguesa, os seus valores semânticos, etnográficos e sua repercussão na comunicação e valorização no mercado atual da ourivesaria.

Procura-se sensibilizar para a importância de incrementar o consumo da filigrana e seu diálogo com a moda como património cultural.

Assim foi proposto nesta dissertação uma coleção de acessórios que visa enaltecer e dar novo mercado á filigrana portuguesa, para que um novo mercado sobre esta técnica comece a surgir para uma maior expansão da técnica.

Keywords

Filigree, jewelery; fashion, adornment, Imagecrafter

Abstract

In this dissertation I intend to contribute to the study of Portuguese filigree, their semantic, ethnographic values and its impact on communication and awareness in the current jewelery market.

It seeks to raise awareness of the importance of increasing consumption of watermark and its dialogue with fashion as a cultural heritage.

Thus it was proposed in this paper a collection of accessories is aimed at raising new market and will give Portuguese filigree, so that a new market on this technique starts to arise for further expansion technique.

Índice

A – INTRODUÇÃO	1
JUSTIFICAÇÃO DO PROJETO	4
B. ENQUADRAMENTO HISTÓRICO	7
A ORIGEM DAS JÓIAS.....	9
INTRODUÇÃO Á HISTORIA DA JOALHARIA	11
A RELIGIÃO COMO PRINCIPAL CLIENTE:.....	16
A REVOLUÇÃO INDUSTRIAL	21
INTRODUÇÃO Á OURIVESARIA ARCAICA	24
A IDADE DO FERRO E AS PRIMEIRAS IMPORTAÇÕES ORIENTAIS:	29
OURIVESARIA E FORMAS DE VESTIR:	31
AS TRADIÇÕES DO SUL.....	34
O FINAL DA IDADE DO FERRO.....	36
OURO E PRATA	36
OURIVESARIA ROMANA	38
CONTEXTOS DE USO E CONTEXTOS DE ACHADO	38
OS PRINCIPAIS TIPOS DE JOIAS.....	38
FILIGRANA.....	43
ANÁLISE SOBRE A ETNO-GRAFIA DA FILIGRANA	45
A CADEIA OPERATÓRIA (figura 38):.....	53
A Matéria-prima:	54
O OURO:	54
A PRATA:.....	55
A OFICINA:	63
A COMERCIALIZAÇÃO DA FILIGRANA:	66

O OURO, A PRATA E SEUS SIMBOLISMOS:.....	68
C- PROJETO MADE IN PORTUGAL	71
UMA ANÁLISE REFLEXIVA.....	73
A IDENTIDADE NA MODA.....	83
A MODA COMO INSTRUMENTO DO CULTO DO “EU”	86
RESULTADOS DOS INQUÉRITOS APLICADOS:.....	89
ANÁLISE DE MERCADO:	95
AS PRINCIPAIS EMPRESAS DE CALÇADO PORTUGUÊS:.....	95
AS MELHORES MARCAS DE SAPATOS PORTUGUESAS:.....	98
ESTUDO DE CASO	99
D - COLEÇÃO “ MADE IN PORTUGAL”	105
CONCEITO:	107
MODELO “ALMA”:.....	109
MODELO “FÉ”	111
MODELO “ORAÇÃO”	113
MODELO “BRINCO”	115
MODELO “FAMÍLIA”	117
MODELO “CARLOS DO CARMO”	119
ANÁLISE CONCLUSIVA.....	121
O RENASCIMENTO DA FILIGRANA:	121
BIBLIOGRAFIA:.....	127
ANEXOS.....	129

INDICE DE IMAGENS

Imagem da atriz Sharon Stone com coração de Viana.....	PÁG.3
2 exemplos de marketing com a imagem do coração de Viana	PÁG.3
Figura 1 – Representação do homem da pré-história (1ºparágrafo).....	PÁG.11
Figura 2 – Representação do povo fenício (4º parágrafo).....	PÁG.11
Figura 3 – Olho de Hórus (6º parágrafo).....	PÁG.12
Figura 4 – Pulseira Celta (2ºparágrafo).....	PÁG.13
Figura 5 – Brincos romanos (2º parágrafo).....	PÁG.14
Figura 6 – Pendente grego (2º parágrafo).....	PÁG.15
Figura 7 – Cálice da Idade Média (4º parágrafo).....	PÁG.16
Figura 8 – Cálice Gótico (3ºparágrafo).....	PÁG.17
Figura 9 – Cálice Bizantino (4º parágrafo).....	PÁG.17
Figura 10 – Cálice renascentista (3º parágrafo).....	PÁG.18
Figura 11 – Cálice Barroco (7º parágrafo).....	PÁG.18
Figura 12 – Pendente em Filigrana (1º parágrafo).....	PÁG.20
Figura 13 – Gargantilha de Cartier (2º parágrafo).....	PÁG.21
Figura 14 – Gargantilha Lalique (1º parágrafo página 22).....	PÁG.21
Figura 15 – Bracelete de Estremoz (2º parágrafo).....	PÁG.22
Figura 16 – Colar de Sintra (3º parágrafo).....	PÁG.22
Figura 17 – Arrecadas de Odemira (4ºparágrafo).....	PÁG.29
Figura 18 – Arrecadas de Paços de Ferreira (2º parágrafo)	PÁG.30
Figura 19 – Turques (4ºparágrafo).....	PÁG.32
Figura 20 – Arrecadas de forma lunular (4º parágrafo).....	PÁG.34
Figura 21 – Tesoura de Pragança (7º parágrafo).....	PÁG.36
Figura 22 – Folhas de Salgueiro (5º parágrafo).....	PÁG.39
Figura 23 – Brincos (4º Parágrafo).....	PÁG.40
Figura 24 – Anel com falso engaste (7º parágrafo).....	PÁG.41
Figura 25 e 26 – Aneis com engaste verdadeiro (7º parágrafo).....	PÁG.41
Figura 27 – Oficina do filigraneiro (2º parágrafo).....	PÁG.47
Figura 28 – Casa da Enchedeira (3º parágrafo).....	PÁG.47
Figura 29 – Elmo de ouro do rei Mês-Al-Kalam-Dung (4º parágrafo).....	PÁG.48
Figura 30 – Fundo de Pátera (10º parágrafo).....	PÁG.48
Figura 31 – Fivela de ouro (1º parágrafo da página 49).....	PÁG.48
Figura 32 – Cálice de prata dourada (2º parágrafo).....	PÁG.49
Figura 33 – Cruz de procissão de Poiares da Régua (4º parágrafo).....	PÁG.49
Figura 34 – Cruz de ouro maciço e pedras preciosas (4º parágrafo).....	PÁG.49
Figura 35 – Custódia de Belém (8º parágrafo).....	PÁG.49
Figura 36 – Custódia (2º parágrafo).....	PÁG.50
Figura 37 – Custódia de ouro da Sé de Lisboa (6º parágrafo).....	PÁG.50
Figura 38 – Cadeia operatória da filigrana (1º parágrafo).....	PÁG.53
Diferentes etapas de fabrico da filigrana	PÁG.58
Exemplo de alguns instrumentos da oficina	PÁG.63
Cronologia da moda (1775 – 2000).....	PÁG.77
A evolução da moda	PÁG.78

A cronologia da moda (2000-2014).....	PÁG.79
Coleção primavera-verão 2014 de Luís Onofre	PÁG.101
Apresentação do site Luís Onofre	PÁG.103

A – INTRODUÇÃO

Esta dissertação visa explorar a filigrana portuguesa (a história, a técnica, os técnicos, as oficinas, as tradições, os significados e a sua intemporalidade). Atualmente ouve-se muito falar em revivalismo, tradição, em valorizar o que os nossos antepassados nos deixaram como é o caso da filigrana. Uma técnica que passou de geração em geração até aos dias de hoje, e que passou por momentos de grandes dificuldades, pois faltou trabalho aos mestres filigraneiros.

Felizmente, a nossa cultura atualmente está a apostar em recuperar tradições, e isso está a trazer frutos pois para a realização desta dissertação elaborei um questionário, que foi aplicado a todas as ourivesarias da cidade de Aveiro e arredores, e pude constatar através do contato direto com os lojistas, que afirmaram estar muito satisfeitas, na sua maioria com o aumento de procura de joias em filigrana, e acharam admirável ser as tradicionais a serem procuradas, ao invés das contemporâneas, que segundo as mesmas não têm muita saída.

Um dos motivos para esta grande divulgação foi a atriz Sharon Stone ter desfilado por Beverly Hills com um coração filigranado ao peito, que podemos analisar na imagem que se segue.



<http://radiogeice.com/fm/2014/02/12/shar 1>

Também no marketing cada vez mais se tem visto estas formas a serem divulgadas, como podemos analisar nas imagens que se seguem:



JUSTIFICAÇÃO DO PROJETO

A origem deste projeto remete primeiramente à minha área de interesse, a Moda, sendo a minha área de licenciatura Designer de Moda e Têxtil, onde aprendi entre outras coisas a analisar tendências, e como podemos ter a percepção de quando nos encaramos com um nicho de mercado ainda por explorar, com potencialidades de ser desenvolvido, e sobretudo quando essa “nova” exploração beneficia o artesão que se está a extinguir e precisa de “ajuda”.

É certo que este projeto de implementação de jóias de filigrana em acessórios de moda, e o seu redesenho preservando o tradicional,(para que continue a haver uma identidade nessas peças, ou seja para um projeto viável, a tradição tem que se manter) surgiu numa altura em que a filigrana portuguesa voltou á moda, pois a nova geração portuguesa, tal como eu está a pegar nas origens para fazer renascer um país com uma identidade vincada, e desta forma existe um facilitismo na inserção da ideia aqui apresentada para apresentação á sociedade, pois esta, voltou a olhar para a arte da filigrana e a admirar, no entanto é uma moda.

A moda tem um papel central na sociedade, que provoca mudanças intencionais, sendo nos dias de hoje um fenómeno social.

Segundo Sapir (Edward Sapir, fashion em “Enciclopaedia of the social Sciences”, Collier-McMillan, Nova York, 1935, vol. VI, p.140) a moda para alguns é uma “espécie de capricho”.

Baudrillard defendeu nos anos 70 que o corpo havia deixado de ser um objeto de desejo, mas sim um objeto funcional, com um conjunto de signos onde a moda se mistura com erotismo.

Assim sendo e no sentido em que a filigrana portuguesa se encontra agora na moda, julga-se ser o momento ideal para relançar uma nova linha desta arte, e novos campos para que se implemente na sociedade e seja aceite, e se volte a enraizar nos nossos hábitos para depois de “a moda passar”, para além disso os estrangeiros admiram muito

a nossa cultura e também admiram esta nova técnica o que dá a possibilidade de levar a filigrana além fronteiras tirando partido da forte visibilidade que está a ter no momento.

A artista Joana Vasconcelos, também utilizou formas tradicionais da filigrana e fez um coração de viana (título da obra: coração independente vermelho) com garfos de plástico, que fez um enorme sucesso quer na exposição em Portugal no Palácio Nacional da Ajuda (e também no palácio de Versalhes) , que fez furor para os portugueses e visitantes de outros países que ficaram encantados com a nossa tradição, exposta daquela forma, tendo sido mais de metade dos bilhetes da exposição vendidos a turistas.

Em jeito de conclusão tornou-se apropriado aproveitar a tendência que surgiu de revalorização cultural e trabalhar também neste sentido, pois existem filigraneiros que em tempos estiveram sem trabalho e não querem voltar a esse tempo, sendo necessário implementar de forma definitiva a filigrana na sociedade, e a melhor forma de o fazer é criar novas utilidades, criar novas tendências, criar uma moda, e se possível até um vício; servindo os portugueses para que a nossa cultura ancestral permaneça viva, espalhando-a por todo o mundo para que áreas adormecidas voltem ao seu auge de produção.

Para tal, e após alguma reflexão surgiu a marca que vou apresentar na segunda parte desta dissertação após um enquadramento histórico e teórico sobre a história da joalharia e da filigrana no mundo e em Portugal, e a importância desta técnica continuar viva.

B. ENQUADRAMENTO HISTÓRICO

A ORIGEM DAS JÓIAS

A palavra *Jóia* vem do Latim *locus*, que significa jogo, ou distração.

Na tradição ocidental, na maior parte das suas culturas, a jóia não seria/deveria ser, na realidade, mais do que isso. Associada a mentes frívolas e mentalidades repreensíveis, a joia foi frequentemente, ao longo da História, vista como ferramenta do Diabo. Em vários escritos Bíblicos surge assim descrita. Esta repressão, no entanto, refere-se apenas ao uso de joias em público, sendo o uso privado, na esfera do casamento, incentivado como parte da função da esposa de agradar ao marido.

Esta tendência repressiva sofreu um revés na segunda metade do séc. XVI, com o Maneirismo, pois a entrada de gemas e metais preciosos era tão abundante que as cortes Europeias não lhes conseguiam resistir. Surge então muita joalheria de cariz religioso, o que acaba por impedir a própria Igreja de se exprimir contra o seu uso. Os protestos surdos contra a exuberância da joalheria continuaram, no entanto, assim como a Joalheria continuou para sempre ligada à luxúria e à vaidade.

A título de curiosidade e de exemplo refira-se que, no Kama Sutra, das 64 artes femininas essenciais, 13 implicam o uso de joalheria.

O uso de joias pode ser visto como uma extensão daquilo que observamos na Natureza: em quase todas as espécies animais, o macho é mais ornamentado que a fêmea. A juba do leão e as penas do pavão são disso exemplo.

A ornamentação foi originalmente, uma preocupação masculina. O animal ostenta estas características aquando de lutas de poder ou na altura de acasalar, do mesmo modo que o Homem usa joias para tornar clara a sua posição da comunidade. Um caçador tribal tem que provar as suas capacidades antes de poder usar certos ornamentos. Terá que caçar o leão para usar os seus dentes ao pescoço, e por isso se sabe que o homem com mais dentes num colar será igualmente o caçador mais temível. A estes caçadores com ornamentos especiais são atribuídas regalias também especiais, como a companhia feminina. Ora, estes homens acabam por oferecer às suas mulheres parte dos seus ornamentos, para que toda a gente saiba que elas são suas. Assim, o seu estatuto é claro e reconhecido por todos.

Em povos sem linguagem escrita, a joia ocupa assim o lugar de facilitador de comunicação. A sua função embelezadora não é de menosprezar, mas a existência de decoração até nos artefactos mais antigos leva-nos a concluir que o homem decora e decora-se sobretudo por razões simbólicas e comunicativas.

INTRODUÇÃO À HISTÓRIA DA JOALHARIA

O adorno desde sempre fez parte de uma necessidade do Homem, sendo que primeiramente na **Pré-história (figura 1)** os adornos eram feitos com ossos, dentes de animais, pedras, madeira, conchas, etc. lapidados manualmente ou mesmo em bruto, e tinham como intenção definir o qual o seu posto, poder e crenças.

O ouro tem vindo a ser explorado há mais de 6000 anos, e desde aí que se começaram a criar jóias com este metal, que desde cedo foi visto como sendo um metal nobre, e foi com este metal que ao longo dos séculos se têm feito adornos, que vão acompanhando a evolução humana, as jóias tornaram-se contadoras de histórias.



Figura 1

Em cada época na história a joalheria, tal como as artes foram se transformando.

Os **fenícios (figura 2)** eram um povo nómada da região do atual Líbano, eram um povo de navegadores, que se dedicavam ao comércio, e ajudaram a difundir as várias culturas por entre os povos com quem estabelecias relações comerciais.

Os fenícios transportavam não só materiais nobres, mas também e principalmente riquezas culturais, o que justifica a sua ourivesaria agregar diversas técnicas que influenciaram e foram influenciadas por outras culturas como a grega e a etrusca, e o norte de África.



figura 2

A granulação é uma técnica de joalheria para decoração de superfícies com grãos adicionados por fusão que foi difundida e utilizada pelos fenícios.

No **antigo Egipto** a arte e a joalheria eram repletas de simbolismos e significados.

O Egipto era dotado de terras férteis, com um solo rico, onde se poderia encontrar ouro, cobre, gemas, etc.

Esta civilização considerada das mais ricas do mundo durou mais de 3000 anos e era governada por faraós, que eram considerados e tratados como verdadeiros deuses.

Existe atualmente muita informação sobre a cultura egípcia, devido às pinturas em paredes com extremo pormenor no vestuário, nas armas, na atividade da agricultura, escravos, entre outras descrições; a escrita e tesouros que têm sido encontrados em tumbas de faraós, ou familiares dos mesmos.

Todos estes tesouros contam a história do Egito com um detalhe fascinante, inclusive temos acesso a imagens e as próprias peças de joalharia e de adorno da altura, pois os objetos encontrados nas tumbas são principalmente objetos de quotidiano, joias e outros igualmente valiosos.

Os egípcios tinham a crença de que alguns símbolos traziam sorte e proteção, conforme o deus com que este se relacionava, de forma a poder invocar o poder de cada um dos seus deuses. As joias eram uma forma de representação destes signos, servindo tanto de adorno, e de elementos de proteção para o seu proprietário, Como exemplo dos simbolismos que referi na joalharia egípcia temos:



Figura 3

O olho (**figura 3**), que representa o olho de Hórus que este terá perdido durante uma luta contra o mal, e que o conseguira recuperar graças a magia; o olho era usado para proteger as múmias e para afastar o mal.

O cinto de Ísis, que invoca o poder protetor da deusa (deusa do lar, e da família)

Falar da joalharia Egípcia é falar de símbolos e significados, de amuletos e magia. Por isso não podemos deixar de falar nesses deuses e suas representações.

Para eles, cada ser humano possuía vários espíritos que precisavam de um corpo para habitar no pós-morte.

Embalsamavam os corpos dos mortos para sua preservação e habitat dos espíritos na vida para além da morte. Os órgãos eram retirados. Estômago, pulmões, fígado e intestino eram guardados em jarros especiais, sendo cada um protegido por um dos quatro filhos de Hórus.

O coração seria usado no tribunal de Osíris junto à balança da pena da verdade. Recebia um amuleto em forma de escaravelho para protegê-lo contra os perigos do além.

Nessa magia transmitida pelos amuletos, não era apenas importante a forma, mas também a cor. O azul escuro representava o céu da noite, o verde o renascimento, o vermelho o sangue e a vida, para tal utilizavam gemas como o lápis lazúli, oriundo do Afeganistão; feldspato verde e turquesa. Às gemas foram atribuídos também poderes curativos, dando como exemplo a Ágata que tinham como convicção proteger contra picada de aranha, e o lápis-lazúli contra o ataque de cobras.

Além de gemas utilizavam também esmalte vitrificado para atribuir cores.

A joalharia Egípcia foi mais que decorativa, era mágica, com um cunho religioso, um amuleto, uma forma de pedir proteção a todos os deuses. Os seus significados eram lidos pelos símbolos e cores utilizadas em cada peça. Muitas das peças usadas durante a vida eram levadas junto com

o seu dono para o túmulo como forma de auxiliar e proteger no caminho da passagem para a vida do pós-morte.



Figura 4

Os **Celtas (figura 4)** eram uma tribo semi-nómada, multi cultural, e politeístas á semelhança dos Egípcios, gregos, romanos, etc.

Durante a Idade do Bronze, percorriam a região entre o sudoeste da Alemanha, Suíça e Áustria, estamos a falar de uma época que durou entre 1200 a 500 AC.

Porém o comércio teve como consequência a extensão da cultura celta para a França, República Checa, Hungria, Eslováquia, Península Ibérica, Irlanda e Ilhas britânicas, inclusive comerciavam com os gregos seda, ambas, prata, ferro, marfim e vinho.

Os celtas foram invadindo a Europa: Roma em 400 A.C.; Grécia em 279 A.C. e Turquia em 270 A.C..

Em 200 A.C. os celtas habitavam regiões da Europa que atualmente se denominam França, ilhas Britânicas, Bélgica, Alemanha, Holanda, Áustria e Suíça.

Nos túmulos dos mortos que haviam tido maior posição social, estes fabricados em madeira, foram achados imensos objetos funerários, moedas, armas, utensílios e joias (fivelas para cintos, braceletes, broches, colares, etc.) A maioria das joias têm um estilo tradicional caracterizado pela forma em “S”, espirais e padrões circulares aplicados com simetria.

Para o fabrico das joias os celtas utilizavam o Bronze, a Prata e o Ouro, tais como contas de âmbar, jet, vidro e gemas.

As técnicas utilizadas eram o Repoussé, a gravação no metal e o esmalte Champlevé.



Figura 5

Os **Romanos (figura 5)** foram uma civilização também muito virada para as artes, e com um valioso espólio arqueológico que nos permite atualmente ter a percepção da riqueza desta cultura.

O que hoje é considerada a joalheria clássica dos antigos romanos também pode ser vista nas jóias encontradas em Pompeia e Herculano. A joalheria clássica romana era naturalista e figurativa, com duas vertentes distintas na sua confecção, ora era confeccionada em linhas planas e simples, ou com elaborados motivos florais. Em geral, os artesãos e ourives romanos não eram tão sofisticados ou ambiciosos quanto seus colegas gregos: a joalheria helênica é , de longe, bem mais elaborada,

detalhada e decorada. Ainda assim, evidências de joias requintadas sobreviveram. As esmeraldas eram as gemas favoritas: podiam ser usadas na forma de cristais, junto a pérolas – outra gema extremamente apreciada ou lapidadas e usadas para decorar colares mais elaborados, à imitação dos gregos. Safiras, águas-marinhas, topázios e diamantes brutos também eram muito utilizados na joalheria romana.

O design romano utilizava granulação e filigrana, porém o uso de esmaltes era menos comum, somente e como por exemplo, as superfícies em forma de domos, características do Período Etrusco, com influências helênicas como a policromia – técnica que consistia em folhear uma superfície de madeira com folhas de ouro , às quais eram depois aplicados os esmaltes (e que persistiu até meados de 400 dC, já no Império Bizantino). A *bullae* persistiu até ao primeiro século da nossa era e a roda, símbolo que se acreditava deter poderes mágicos, tornou-se um motivo recorrente nas joias romanas. Dos gregos emergiu também *afibulae* – uma espécie de alfinete para prender roupas e que se tornou bastante popular entre os romanos. Da população Síria veio o design do crescente invertido com esferas em ambos os lados, e que representava o deus condutor de carruagens Baal Rekub.

Da Ásia Ocidental veio a influência, já no primeiro século depois de Cristo, da barra horizontal da qual pendiam dois ou três pendentes verticais. No ano 200 dC aparece o *opus interrabile*, técnica de perfurar sólidas folhas de metal para criar um trabalho decorativo e que mudou a face das jóias do Período Imperial.

Uma influência do comércio existente durante o período da Roma Imperial foi a predileção por jóias onde várias gemas coloridas decoravam uma mesma peça – os romanos amavam os rubis, as ágatas, as granadas, os lápis-lazulis, os corais rosas e vermelhos encontrados no mar Mediterrâneo e o âmbar, encontrados nas águas frias dos mares do Norte e Báltico. *Intaglios* eram recortados em gemas, ou as mesmas podiam ser decoradas em *cabochons*. Os camafeus eram adorados e as pérolas podiam ser usadas em tiaras usadas para adornar os altos penteados das ricas matronas romanas.

No segundo século D.C., torna-se moda a utilização de moedas e medalhões de ouro imperiais como motivos decorativos para anéis entre os homens, o que também era uma marca de distinção militar. O *niello*, outra técnica decorativa onde eram utilizadas superfícies de ouro e prata, era popular e, a partir de 300 dC aparecem os braceletes de ouro maciço.

A joalheria romana sofreu uma vasta influência, não só dos etruscos, dos gregos e dos povos pertencentes à cultura helênica, mas também das culturas micênicas, minuanas e egípcias.



Figura 6

Os **gregos (figura 6)** iniciam a sua história da joalheria ainda na pré-história, com exemplares de ourivesaria com mais de 5000 anos descobertos em Creta e em Ilhas do mar Egeu.

Estudos constataram que estas peças pertencem ao período da civilização Minóica e também à civilização Micênica, que a sucedeu. Ambas as civilizações constituíram as bases para o desenvolvimento da civilização Grega, nutrindo as narrativas épicas de Homero, que por sua vez alimentou grande parte da literatura e da iconografia de toda a Antiguidade: ourives

criavam inspirados nas detalhadas descrições do escudo de Aquiles, do cinto de Afrodite ou das maçanetas douradas do palácio de Tróia.

Depois da extinção do mundo micênico ocorreu o chamado Período Negro (1100-800 a C). A joalheria deste período refletiu pouco a riqueza dos períodos anteriores, apesar de que a chama da tradição da confecção de joias continuasse acesa, para brilhar novamente a partir do ano 800 a C, quando novas peças confeccionadas em refinada técnica e delicado artesanato apareceram nas ilhas Egeas.

Apesar da Grécia durante o período Arcaico (600- 475 a C), ter sofrido durante as Guerras Persas, por sorte tiveram pouco efeito sobre o alto nível da cultura helênica. As artes continuaram com crescente vigor nas cidades gregas às margens do Ponto Euxino (Mar Negro), no sudeste da Itália e na Sicília, e até na Península Ibérica. No Período Clássico, também conhecido como Idade de Ouro, a quantidade de joias confeccionadas foi menor do que nos períodos anteriores, mas foi tão soberba na qualidade e na perfeição técnica que a arte da ourivesaria elevou-se ao patamar da escultura em miniatura.

A opulência da arte da ourivesaria, no entanto, verificou-se após as conquistas de Alexandre, o Grande, quando o ouro e as gemas eram encontrados em abundância. As jóias gregas passaram então não somente a serem enriquecidas com designs de influências orientais, mas também embelezadas com gemas raras. A utilização de gemas de cores variadas nas mesmas jóias passou a ser largamente utilizada.

Durante o período de domínio romano, o design foi negligenciado em função de um maior embelezamento das jóias por gemas. A variedade, o luxo e a magnificência da joalheria grega alcançou o seu clímax durante o Império Bizantino, entre os séculos X e XI da nossa era. O modo de vida luxuoso da corte bizantina, admirado e copiado por príncipes do Ocidente e do Oriente, era refletido em jóias fantásticas, em termos de design, técnicas de fabricação e elementos decorativos. A profissão de *argyroprates* (joalheiro), era considerada uma das mais nobres da era bizantina, sendo regulamentada por leis especiais. Alguns exemplares da joalheria bizantina, como adornos pessoais e jóias sacras podem ser encontrados em coleções particulares e em grandes museus, mas sem dúvida que uma parte significativa deste tesouro foi perdida para sempre.

A Queda de Constantinopla em 1453 marca o fim do Império Bizantino e o começo da

dominação turca otomana, que subjugou a Grécia por 400 anos. Durante este período, ourives trabalharam sob duras condições e restrições, para ver sua arte florescer somente nos séculos XVII e XVIII. Centros de ourivesaria foram estabelecidos em diversas partes da Grécia e, por conta da dificuldade em se adquirir ouro, o bronze e a prata passaram a ser utilizados na confecção de jóias e ornamentos. As fontes de inspiração eram as antigas artes gregas, símbolos bizantinos como a águia com duas cabeças e a arquitetura e a natureza.

No **século XIX** acontece a Guerra pela Independência e a por consequência a criação do Estado Moderno Grego. Com a volta da prosperidade à sociedade e a admiração dos gregos pela cultura europeia, nas artes gregas em geral e na arte da ourivesaria em particular. A partir de 1950, graças ao talento de ourives, joalheiros e *traders*, a joalheria grega havia conseguido uma posição de destaque no comércio internacional joalheiro, graças à riqueza das suas fontes de inspiração, aplicadas a novas e antigas técnicas de ourivesaria, que possibilitam a criação de uma joalheria contemporânea.

A RELIGIÃO COMO PRINCIPAL CLIENTE:

Na **Idade Média (figura 7)** a arte é fortemente influenciada pela religião, pois estamos numa época em que Deus é o centro do universo (teocentrismo) e a igreja funciona com entidade que representa Deus na terra, ou seja com poderes ilimitados.



Figura 7

Este contexto influenciou a joalheria, surgiram as jóias eclesiásticas, os escapulários, crucifixos, relicários, etc. usados por ambos os sexos.

Durante a era medieval, surgiram as primeiras sociedades de ourives, que se instalaram em guildas. Paris, Veneza e Colônia foram os principais centros de joalheria medieval. Os ourives produziam peças para a igreja, para a nobreza e para a nova burguesia.

As jóias eram dotadas de um forte simbolismo religioso, de status e divisão de classes. Foram criadas leis para a utilização de jóias, o clero e a nobreza tinham acesso a todos os tipos, porém a burguesia era restringida ao uso de apenas algumas gemas e peças.

O esmalte foi uma das técnicas em destaque na joalheria Medieval. Usado em broches e fivelas entre

outras peças.

Os anéis eclesiásticos, muito valorizados pela igreja durante este período, são usados até hoje por cardeais, bispos e pelo papa. A Burguesia utilizou-se de anéis gravados com monogramas como instrumentos de autenticação de documentos. Os penteados tiveram destaque neste período e por este motivo as jóias usadas na cabeça faziam parte da composição do vestuário. Homens e mulheres usavam vários tipos de ornamentos na cabeça. Uma opção para as mulheres era entrelaçar os cabelos com fitas bordadas com ouro e gemas (tressoirs), e diademas.

Os cintos, usados por ambos os sexos, faziam parte dos vestuários pois estes não possuíam bolsos. Homens e mulheres usavam este adereço para pendurar objetos usados no quotidiano.

Os broches também possuíam outra função além do adorno pois serviam para fechar os mantos.

O vestuário também era ricamente adornado. Fios de ouros e gemas eram aplicados às bordas dos tecidos.

As gemas tiveram um papel de destaque na joalheria medieval. Uma técnica para realçar sua cor era algumas gemas receber uma fina camada de metal. Também foram criadas leis restringindo o uso desta técnica em consequência de seu uso indiscriminado. As pérolas, rubis, safiras, esmeraldas e granadas foram as gemas mais utilizadas. Além do formato cabochão, o mais encontrado no medieval, pedras com facetas começam a surgir. É o período onde a lapidação começa a se desenvolver. Nesta atmosfera de simbolismos e religião, não era de se espantar que as cores das gemas tivessem significados e que a algumas fossem associados poderes curativos e espirituais.

A **arquitetura gótica (figura 8)**, com o seu verticalismo, influenciou a joalheria de maneira gradual. A arte gótica surge num momento de crescimento das cidades medievais. O estilo arquitetónico gótico já estava emergindo por volta de 1150, mas somente no final do século XIII é notado o seu reflexo na joalheria. Surgem novas formas, mais angulares e pontiagudas que resultam de formas elegantes. A arquitetura retrata a crença na existência de um Deus que vive em um plano acima da humanidade, o que explica o verticalismo, tudo aponta para o céu. A maior representação está nas catedrais.



Figura 8



Figura 9

Na **arte bizantina (figura 9)** temos o ressuscitar das culturas clássicas, pois coexistiu a arte greco-romana e oriental, a Europa redescobriu as culturas clássicas. Durante o Império Bizantino, as jóias eram muito valorizadas. Usadas para adornar roupas, sapatos, cabelos e diversas partes do corpo (pescoços, orelhas, cinturas, dedos e braços). Tanto homens como mulheres faziam uso de cintos, fivelas e broches adornados com filigrana e arabescos em ouro, pérolas e esmalte.

Constantinopla estava numa posição privilegiada no mapa econômico e cultural. A joalheria nessa época utilizou gemas trazidas por mercadores de regiões como o Golfo Pérsico, Ásia, África, entre outros, sendo que as principais gemas utilizadas foram as pérolas e safiras.

A cor, que foi usada com grande destreza pelos artistas da época, também estava presente

através de técnicas de esmaltação. Esta maneira de colorir as jóias, decorava peças ricas em detalhes na representação de santos, retratos e desenhos abstratos. O esmalte atingiu alto grau de refinamento técnico, sendo a técnica denominada “closoinné” muito utilizada.

As imagens de mosaicos, como o da Igreja de São Vital em Ravena entre outras, sugerem o uso de broches, coroas, cruzes, e fivelas e das gemas acima citadas.

A arte dos ourives também podia ser encontrada em cálices e outros objetos litúrgicos, assim como ceptros e diademas. As técnicas de filigrana e granulação também foram muito utilizadas para ornamentar as peças. A lapidação era muito primária. Utilizava-se apenas para arredondar as arestas, lapidar em forma de contas e polir as facetas naturais das gemas. Um dos conceitos dos lapidários era o de perder o mínimo peso possível.



Figura 10

No **Renascimento (figura 10)** com os estudos de anatomia e engenharia que ganharam força nesta época, os ourives conseguiram reproduzir com fidelidade, formas humanas representadas em peças inspiradas na mitologia.

escultura.

A joalheria deixou de ser patrocinada pelo clero e passou a ser patrocinada pela burguesia. Foi então que o ofício de ourives começou a ganhar status de arte assim como a pintura e escultura.

Com as navegações e a descoberta das Américas, a Europa foi abastecida de ouro, prata e gemas.

Era costume usar vários anéis na mesma mão, assim como muitos colares. Também era comum o uso de pingentes, brincos, broches e jóias para o cabelo e chapéu. Os adornos de chapéus eram feitos de ouro esmaltado, com motivos mitológicos ou religiosos. Camafeus também começaram a ser introduzidos na composição destes adornos

O Renascimento foi um período marcado pelas transformações, prosperidade e criatividade. A joalheria deste período fora marcada pela exuberância, tecnologia e conceitos artísticos.

O **Estilo Barroco (figura 11)** foi marcado pelos conflitos espirituais da humanidade. Durante este período, o homem colocara-se entre o paganismo e o cristianismo, assim como entre a matéria e o espírito, o antropocentrismo e o teocentrismo.



Figura 11

Sinônimo de algo tortuoso e de pérolas irregulares, este estilo desafiou as regras do renascimento encontrando uma nova proposta formal. O barroco transmite emoções e para isso utiliza de maneira magistral técnicas de luz e sombra, profundidade e linhas retorcidas. É neste contexto que nasce esse novo estilo artístico.

As linhas curvas e os temas de natureza eram usados com uma nova linguagem. As inspirações vinham das flores e dos pássaros das Américas. As cores e formas apresentadas por este novo mundo eram retratadas em jóias e pinturas. Outro tema muito presente na joalheria

desta época foram os laços. De formas assimétricas, eram trabalhados em ouro ou em tecidos unidos com pendentes. Eram utilizados para decorar roupas masculinas e femininas.

A joalheria perdeu a importância artística que havia conquistado durante o Renascimento para se tornar apenas um símbolo de status, poder ou credo.

As gemas como safiras, rubis e diamantes foram protagonistas das jóias que eram usadas para ostentar riqueza. Um dos modelos mais característicos eram as jóias com uma grande gema central rodeadas por diamantes, pérolas ou ouro.

Há uma separação entre os períodos e ocasiões que certos modelos podiam ser utilizados. Surgem as coleções para serem usadas de dia e outras para a noite, quando os efeitos de luz dos candelabros refletiam nas gemas, dando a elas mais vida e brilho. Muito deste efeito deve-se à evolução da lapidação.

Grande quantidade de gemas era empregada na mesma peça. A lapidação teve uma considerável evolução. As pedras e pérolas eram utilizadas em grande quantidade.

O **estilo neoclássico**, que reinou absoluto em fins do século XVIII e durante quase todo o século seguinte, teve origem nas escavações das cidades de Herculano e Pompéia. Mas foi por causa do imperador francês Napoleão I que o estilo consolidou-se na Europa: o imperador e sua corte vestiam-se com roupas que lembravam o estilo clássico greco-romano em muitos detalhes, assim como as jóias que os adornavam. Em 1853, Jean Auguste Dominique Ingres retratou a princesa de Broglie usando tradicionais jóias para uso diário, dentre as quais uma autêntica *bullia* romana, pendurada em uma corrente à volta do pescoço.

Com a fascinação e a preferência pelo design clássico antigo tão em moda, os ourives e joalheiros passam a pesquisar na história da antiguidade clássica antigas técnicas de confecção de jóias, chegando assim aos etruscos.

Apesar deste estilo "arqueológico" ter vindo à tona durante o período neoclássico, ambos diferem no caráter. Enquanto o neoclassicismo inspirou-se nos motivos greco-romanos para criar novos designs, a joalheria etrusca primeiro foi copiada identicamente, para só mais tarde servir de modelo para designs originais. Uma razão para isso era o reconhecimento do alto padrão dos **etruscos**. Uma outra razão poderia ser a fascinação pela técnica de granulação, que permitia uma enorme variedade de padrões ornamentais.

Na granulação, minúsculas esferas de ouro são afixadas a uma base metálica, seja pelo método convencional da solda ou pela fusão. Usando esta técnica, os ourives etruscos eram capazes de realizar maravilhosos e delicadas formas com grande precisão. As jóias etruscas então, faziam um grande contraste com o grainti, técnica em voga no início do século XIX. O joalheiro romano Fortunato Castellani e seus filhos foram os primeiros a conseguir repetir a técnica etrusca da granulação, ornamentando assim novas peças, que fizeram sucesso imediatamente, sendo uma delas, um colar decorado com granulações e cornelianas lapidadas em formato de escaravelho, exibida na feira internacional de Londres de 1872.

A **técnica da filigrana (figura 12)** é uma



Figura 12

outra característica das joias etruscas, consistindo num fio de ouro extremamente fino e delicado que é torcido e retorcido de modo a formar desenhos, sendo afixado na superfície da peça pela solda, de maneira similar à granulação. Castellani era um mestre nesta técnica. Para os camafeus, eram escolhidas gemas com camadas de cores diferentes para dramatizar o contraste entre a superfície entalhada e o fundo. Os desenhos em intaglio eram entalhados ou gravados por baixo da superfície da gema, de forma a produzir formas em relevo.

No século XIX iniciou-se o fabrico de grandiosas jóias criadas para a corte do Imperador Napoleão I e que serviram de padrão para toda a Europa até à Batalha de Waterloo em 1815: os conjuntos de jóias chamados *parures*, compostos de tiaras, brincos, gargantilhas ou colares, e braceletes adornados com gemas como o diamante, a esmeralda, a safira, o rubi e a pérola, cujo esplendor sobressaía mais do que o próprio *design* das peças.

A REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

Quase ao mesmo tempo, emergia o Romantismo, com uma volta ao design das jóias da Antiguidade e dos tempos medievais. O crescente gosto pelo luxo, encorajado por um período de prosperidade, baixos impostos e uma sociedade de elite que surgiu com o boom da **Revolução Industrial**, foi expresso pelas inúmeras jóias guarnecidas somente com diamantes, principalmente depois da descoberta das minas da África do Sul na década de 60. Esta descoberta transformou o caráter da joalheria, que por várias décadas se concentrou no brilho em detrimento da cor, do desenho e da expressão de ideias.



Figura 13

Com o início do século XX, joalheiros como **Cartier**(figura 13) e Boucheron, adotaram um novo estilo, inspirado no século XVIII e chamado de Belle Époque, compondo jóia onde a delicadeza das guirlandas, das flores estilizadas e da utilização da platina, era uma reação à banalidade das jóias recobertas de diamantes.

Por volta da mesma época, os joalheiros da corrente **Art Nouveau**, liderados por René Lalique, criaram furor na Exposição de Paris de 1900, com *designs* inspirados na natureza e executados em materiais como marfim e chifres de animais, escolhidos mais pela sua qualidade estética do que por seu valor intrínseco. Como não eram joias práticas para uso, o estilo



Figura 14

rapidamente desapareceu, com o início da 1ª Guerra Mundial.

Um dos maiores representantes deste movimento artístico foi **René Lalique (figura 14)**, que nasceu em 1860 na França e desenvolveu técnicas inovadoras de trabalhos em vidro. Entre os objetos criados por ele, encontram-se frascos de perfumes, candeeiros, jarras, etc.

Lalique iniciou a sua aprendizagem com Louis Aucoq e aprimorou os seus conhecimentos em Sydenham Art College em Londres. Ao voltar para França começa a fazer desenhos para joalharias e em 1886 abre a sua própria loja.

As jóias seguiam a linha Arte Nova, com inspiração na fauna e na flora, e recorrendo a materiais negados pela joalheria como o vidro, marfim, ossos, entre outros, conseguiu criar nas suas peças ninfas, mulheres esbeltas, insetos, aves, entre outras recriações quer de animais ou de seres mitológicos, tendo sido uma joalheria muito exuberante.

Também utilizou gemas consideradas semi-preciosas na época, como: opalas, pérolas barrocas, ônix, jaspe entre outras.

Outra característica relevante nas suas criações é a utilização da técnica de esmalte. Lalique dominou a técnica e utilizou todo o potencial do material, com variadas tonalidades e aplicações.

Em 1918, impõe-se na joalheria o estilo **ArtDecó**, associado ao Cubismo, ao Abstracionismo e à arquitetura da Bauhaus, os quais por sua vez sofreram influência de motivos orientais e africanos.

Suavizado na década de 30 pelos motivos figurativos e florais reintroduzidos por Cartier.

A joalheria, depois da **2ª Guerra Mundial**, tinha-se adaptado a um público alvo que comprava não só para uso, mas também como investimento. A ênfase passou a ser na qualidade das gemas, perfeitamente facetadas e montadas de acordo com a moda. A partir da segunda metade do século XX, novas ideias e conceitos, assim como novos materiais passaram a ser utilizados pelos *designers*, como os metais titânio e nióbio, e também diferentes tipos de plásticos e papéis, buscando novos caminhos de expressão.

O valor dos materiais não tinha muita relevância, sendo utilizados materiais mais baratos o que permitiu que a jóia fosse usada por outras camadas sociais além da alta sociedade.

Neste período dava-se ênfase às lapidações e cravações elaboradas e diferentes das tradicionais.

Ditaram as tendências da moda, assim como os avanços técnicos joalherias como: Cartier, Van Cleef & Arpels, Mauboussin e Boucheron.

A JOALHARIA ARCAICA EM PORTUGAL

Atualmente existe um grande conjunto de peças de ourivesaria proto-histórica com origem no nosso território português, com grande significado pelas mensagens que fizeram passar e pelas referências que nos trouxeram que nos ajudam a perceber a nossa história, sendo qualificado estes achados, como os achados mais preciosos do passado português.

Os achados arqueológicos foram principalmente no norte do país, estando diretamente relacionada com a riqueza desta zona, que por consequência desenvolveu uma forte identidade desta sociedade na proto-história, com fortes evidências desde o final da idade do bronze.

Os locais em que foram encontrados estes achados foram principalmente em filões encaixados em massas rochosas e terrenos de aluvião, e foram uma consequência da exploração destes territórios para a exploração e produção de cobre, estanho, chumbo, ferro, prata e ouro.

Na época dos descobrimentos, essa exploração ficou mais atenuada pois com a descoberta de novos territórios partiu-se para a exploração dos mesmos conhecidos como “O novo mundo” localizados principalmente na África Ocidental e Meridional.

Foi sob o domínio romano que os metais preciosos como o Ouro e a Prata foram intensamente explorados nas províncias ocidentais e hispânicas.

Os objetos de ourivesaria de provêm desta época porém raramente são achados arqueológicos, e os registos existentes são principalmente de carácter funerário que se tem como crença refletirem o grau de riqueza das famílias.

O adorno nesta época tinha os mais diversos motivos como:

- Criar uma imagem pessoal;
- Identificar-se com um grupo;
- Expressar-se de forma codificada
- Exibir moda ou tradição

O aparecimento de formas e motivos e de novas técnicas decorativas de origem centro-europeias, em que técnicas como o repuxado sobre matriz e o estampilhado; também de origem mediterrânica surgiu na técnica da filigrana e do granulado e em novidades morfológicas e temáticos atribuídos às joias, continuando um tradicionalismo, originalidade e grande qualidade.

INTRODUÇÃO Á OURIVESARIA ARCAICA

Na época do Calcolítico Peninsular o ouro era o único metal utilizado nos objetos de adorno, em contraste com a praticamente inexistente de adornos produzidos em cobre e sem a presença de prata.

No território português foram encontrados um dos mais antigos objetos de ourivesaria, são elas duas contas biconicas em ouro, com origem no povoado da Penha Verde em Sintra, e na “casa V” no Zambujal em Torres Vedras, estes achados estão documentados em contexto estratigráfico e foi datado como sendo do segundo quartel do III milénio A.C..

A maioria dos achados de peças em ouro da época do Calcolítico são originários de um contexto funerário que incluíam algumas vezes recipientes de cerâmica campaniforme ou outros objetos associado, atribuídos ao III milénio e aos próximos milénios seguintes.

Um conjunto de contas tubulares, tiras helicoidais, plaquetas e lâminas de revestimento, trabalhados em ouro laminado foram algumas das peças que se caracterizam com o tipo de achados anteriormente referidos. Estas peças são encontradas geralmente fragmentadas em sepulcros, cujo a ausência de registos raramente permitem associá-los a enumerações individualizadas, ou seja, não sabemos ao certo como foram utilizadas.

A característica destas peças é na sua maioria serem produzidas sem soldadura, sendo as lamelas obtidas com um escopro no sentido longitudinal.

Remontando á segunda metade do IV milénio A.C., uma época em que se fortificou a produção de cereais e a valorização de produtos secundários da atividade pecuária, temos a produção de objetos mais arcaicos. A economia de várias regiões foram-se consolidando, mas requereu uma constante centralização de poder, e as desigualdades sociais acentuaram-se o que deu origem a entidades políticas organizados formalmente.

Os testemunhos materiais da mudança na cultura material, são uma consequência das transformações sociais que foram ocorrendo no III milénio A.C..

As zonas habitacionais obedeciam a uma ordem funcional, de carácter política e de carácter funcional para assentos de controlo de trânsito e exploração de recursos críticos, como o minério, o sílex e rochas duras. Por detrás da especialização da produção, intui-se uma divisão técnica do trabalho, o que permitiu uma explicação sobre a fixação das populações em pequenos povoados de carácter agrícola ou pecuário, mas em simultâneo a consolidação de centros de poder político, dando origem a aldeias de elevadas dimensões que chegavam a ter várias dezenas de hectares.

Perante esta conjuntura, o uso restrito de alguns artefactos, alguns em marfim, a organização dos povoados e a construção de templos funerários, em que no tumulo evidenciavam o sujeito enterrado se este fizesse parte de um grupo de elite, evidenciando assim a sua classe social.

Numa ideologia que surgiu de dominantes e dominados, a violência não foi necessária para tal acontecesse, pois naturalmente os grupos foram-se formando e os sujeitos iam concordando, posicionando-se e caso fosse o caso, obedeciam. As classes distintas eram evidenciadas a partir dos adornos que utilizavam ostentando assim a sua riqueza, sendo esta uma das formas mais primitivas do sistema estadual do Ocidente. Foi neste contexto que surgiu a mineração e a metalurgia, feita de forma primitiva do cobre e do ouro.

Contudo, na transição do III para o II Milénio A.C. este sistema colapsou, sem nenhuma explicação clara para este efeito.

A partir deste momento, a perda de centralidade territoriais, as redes de povoamento foram uma consequência.

Marcada pela ocorrência de sepultações em túmulos monumentais calcolíticos, e pela alteração dos já existentes rituais fúnebres, que foram referenciados em alguns túmulos individuais. Praticada em urnas retangulares ou jazigos de planta oval, em que com o brilho do ouro, estes locais exibiam o poder de quem ali jazia, ostentando as suas armas, que faziam parte das insígnias que legitimavam uma autoridade.

No princípio do II milénio A.C., eram produzidos objetos simples metalúrgicos como machados, cinzéis, foices, laminas de punhal, alabardas e pontas de dardos, fixos em cabos de madeira, com recurso a moldes de pedra unificais com tampa plana.

A produção de artefactos com cavidade para a entrada do cabo de madeira, nos meados do II milénio, revela o adquirir de novas técnicas e de maior domínio da técnica de fundição em cera perdida. No II milénio A.C. os adornos de ourivesaria resumem-se a braceletes e espirais, associadas em cadeias, o que revela a destreza do ourives e com utilização generalizada do ouro e pela primeira vez com recurso á prata nos objetos sumptuários.

Torna-se evidente o aumento da tendência para o acumular de artefactos, que eram frequentemente colocados deliberadamente em lugares que continham algum tipo de significado especial. Este hábito verificou-se durante o II milénio A.C., e era visto como um sacrifício.

Na fase final da Idade do Bronze, mais precisamente entre 1200 e 700 A.C., historicamente designada como Bronze Final Atlântico, é distinguido por alguns artefactos que foram uma novidade com a utilização de novos materiais, como é o caso das cerâmicas com ornamentações embutidas, instrumentos fabricados a partir do processo de cera perdida com a técnica melhor dominada, executando assim trabalhos em bronze, como forjados e fibulas de dupla mola. A iconografia das colunas monolíticas deste período, revela um conjunto de artefactos (carros de combate, escudos circulares, pentes de marfim, espelhos de bronze, elementos de traje) representando desta forma os guerreiros, ou atribuindo um estatuto de heroico aos seus antepassados, e determinam também assim a sua posição social atual na sociedade.

No fim da idade do bronze, os produtos de ourivesaria – com presença de joias pesadas e maciças, cuja produção eram em quantidades grandiosas de ouro, junta-se os equipamentos

sociais de exceção. Os sinais apontam para um contexto de depósito ou entesouramento, já que praticamente não existem em contextos fúnebres.

Os mais importantes estilos da ourivesaria arcaica do final da idade do bronze, eram dois e distinguiam-se pela técnica utilizada e pelo efeito estético produzido, eram os sagrajos\berzocana, duas localidades de estremenhas (de Badajóz e Cáceres, respetivamente) onde foram encontrados alguns dos seus objetos, e por Villena\ Estremoz, sendo Villena (Alicante) o local onde foi achado um enorme conjunto de objetos desse estilo foi em Estremoz.



Figura 15

É de destacar a bracelete tubular fechada encontrada em Estremoz (figura 15), esta peça exibe uma extraordinária precisão na forma e na execução e está presente na coleção do museu arqueológico nacional de Madrid.

Para produzir as braceletes do estilo Villena\ Estremoz, os ourives do bronze final utilizavam um torno de talado para fazerem os entalhes rigorosamente paralelos sobre um molde de cera de abelha cilíndrico, sobre o qual se trabalhava depois com uma broca de ponta oca, cónica, com o objetivo de obter o efeito das puas que muitas das jóias apresentam.

Em determinados lugares regulou-se uma nova ordem social, uma sociedade guerreira acentuadamente hierarquizada, que baseava o poder das suas elites num controlo económico fortemente centralizado.

Ainda não há um conhecimento satisfatório dos locais de habitat do bronze final, porém é evidente que estes centros políticos detinham hegemonia sobre territórios que incluíam sítios de produção muito diversificada e lugares de controlo das rotas de circulação dos bens materiais. Neste sentido, os rituais funerários parecem ter deixado de ser o meio privilegiado para as elites exibirem o brilho do seu poder, em que o discurso se transfere agora para outros lugares sacralizados, como cavidades naturais, e para cerimoniais variados, como a redistribuição pública de bens de consumo ou o uso ostentoso de objetos de exceção, nomeadamente daqueles que estão presentes na iconografia das estelas de “tipo estremenho”, alguns de inspiração exótica, e também nas pesadas joias áureas.

O FINAL DA IDADE DO BRONZE E O INÍCIO DA IDADE DO FERRO:

As duas mais importantes tradições da ourivesaria arcaica da idade do bronze combinam com o efeito das trocas de que alguns dos seus produtos eram objeto, de relações entre as elites sociais que as possuíam, devido á curiosidade de alguns artificies, que terão tentando copiar os produtos de outros, ou ainda pela migração dos próprios artificies de umas regiões para outras. Muito provavelmente esta combinação teve lugar na região ocidental peninsular, que hoje corresponde essencialmente ao território português, pois daqui provém um conjunto de peças sem paralelo, pelo seu aparato técnico e pelo seu estilo. Esta combinação de técnicas parece ter-se iniciado pela articulação física de peças.



Figura 16

É o que se passa com o **colar de Sintra (figura 16)**, composta por 3 colares simples da tradição de Sagrajas\ Berzocana de dimensões ligeiramente diferentes entre si, que formam uma impressionante joia de forma geral troncocónica, com cada um dos seus elementos decorados por triângulos incisos e, lateralmente por pequenas decorações semiesféricas que recordam pequenas campainhas, esta peça tem um fecho inovador: Não se fecha o colar por um sistema de macho\fêmea, como habitual, mas sim por uma peça dotada de anilha de um lado e um gancho do outro, que se combinam com um dispositivo idêntico no corpo do colar. Este estilo de peça de fecho é produzida pela técnica de Villena\ Estremoz, podendo tratar-se de um fragmento de uma bracelete reaproveitado. Estaria aqui a mais antiga comprovação da coexistência das duas técnicas e tradições do artificie.

No entanto, foram certamente produzidos propositadamente para, junto com outros elementos formada por arames torcidos (técnica que é por sua vez de diferente tradição), que a tornou uma das peças mais interessantes das coleções nacionais.

Este conjunto de peças revela como foi na transição da idade do bronze para a idade do ferro a evolução da ourivesaria arcaica sofre uma importantíssima evolução, envolvendo as quantidades de metal utilizado e o aparato produzido pelas joias, e demonstra eloquentemente a capacidade dos artificies ourives de se adaptarem a um mundo em mudança.

AS PEÇAS PERDIDAS OU DESTRUIDAS

O valor do ouro levou naturalmente a um continuado apego pelas peças, enquanto obras de arte e testemunhos do passado. Mas, infelizmente, esse mesmo valor, levou á perda de muitas dessas peças.

Alguns desses desaparecimentos permaneceram desconhecidos, associados a lendas de mouras encantadas e outras, encontradas em descrições ou desenhos de arqueólogos que, na impossibilidade de salvarem as peças, delas preservaram o registo.

Estas peças são uma fração de uma realidade que foi muito mais rica, ainda que as peças fossem muitas vezes reaproveitadas e transformadas, até fundidas para produzir outras de novo estilo em que os intercâmbios foi certamente frequente.

O seu poder de atração mitológica detinha poder sobre as mentes de algumas pessoas e atualmente hoje agravado pela divulgação de aparelhos eletrónicos que permitem a deteção de metais. Também usados ilegalmente por pessoas que nada sabem sobre arqueologia, e apenas se interessam com o valor do ouro, fazem-nos continuar a perder peças que continuam por aí espalhadas.

A IDADE DO FERRO E AS PRIMEIRAS IMPORTAÇÕES ORIENTAIS:

A partir de finais do II milénio e inícios do I milénio intensificaram-se os contactos feitos ao longo do mediterrâneo, tal como ao longo da costa atlântica, que tinham sido incrementados pela necessidade de intercâmbio de cobre e estanho para a produção de bronze. Também na modificação destes circuitos comerciais rumo ao mediterrâneo, os objetos de ouro desempenham um papel relevante. Em todas as sociedades da proto-história europeia, a troca de bens de prestígio foi importante, e as joias foram o principal foco. A alteração interessante deste período é o facto de passarmos a dispor de uma tradição literária que nos explica como foi essa troca comercial : como exemplo temos os poemas homéricos que relatam o comércio, da imposição de tributos e os pontos estratégicos de passagem.

Este acontecimento desenvolveu-se mais cedo no mediterrâneo oriental, inicialmente no âmbito da civilização minoica que se desenvolveu em Creta, mas logo a seguir entre fenícios, no Levante, e Micénicos, primeiro na Grécia continental e depois nas ilhas. A Eubeia viria a desenvolver uma atividade notável. Já os fenícios por seu lado navegaram até ao estreito de Gibraltar e além dele. Neste extremo do ocidente, a tradição localizou o reino de Tartessos, que atualmente associamos à civilização que se desenvolveu na idade do bronze e no início da idade do ferro no vale de Guadalquivir, com uma extensão significativa grandes rios do Ocidente: Guadiana e Tejo. Uma das peças mais antiga que conhecemos no ocidente data ainda do final da idade do bronze: é o diadema, provavelmente produzido em Chipre, que se encontrou em circunstâncias desconhecidas em Castro Marim e destinava-se a ornamentar o cadáver de alguma personagem de relevo, em que a família se valorizaria ao colocar numa sepultura um objeto que era de um carácter de bem exógeno, por isso mesmo de especial luxo.

A adoção de motivos decorativos de círculos concêntricos estampados em “falso repuxado”, característicos da ourivesaria do bronze final de origem centro-europeia, e clara difusão atlântica, como podemos verificar no capacete de Rianxo ou no diadema repuxado de Ribadeo, não podendo deixar de o considerar coetâneo dos influxos orientalizes dos séculos VII-VI A.C., que denuncia uma convergência destas duas correntes culturais.



Figura 17

Destacam-se, por exemplo, as **arrecadas de Odemira (figura 17)**, um par de peças que revela um dos mais apurados trabalhos de granulado de ouro de todos os que são conhecidos na Península Ibérica, ou a peça, de proveniência desconhecida, que apesar do seu pequeno tamanho, revela grande requinta na sua decoração, com palmelas representando uma flor de lótus no momento de se abrir. São dos testemunhos mais eloquentes do fenómeno orientalizador, que dominou as manifestações artísticas entre os séculos VIII e VII A.C.: a utilização de bens de prestígio vindos do oriente, a sua cópia local e a representação dos usos e costumes que justificam a sua utilização neste extremo do mundo conhecido.

A joia encontrada no concelho de Paços de Ferreira apresenta como características principais uma estrutura laminar compósita, a base de utilização de placas e soldas de decoração, a filigrana e granulado revelando influências meridionais claramente tartéssicas porventura procedentes de Cádiz, combinada com uma decoração repuxada de fossetes e punções patentes na placa astral, exprimindo certamente uma criação da ourivesaria celtizante sob influência mediterrânica. O conjunto dos motivos ornamentais poderá interpretar-se como a expressão central de um tema heliolátrico associado a outras figuras astrais.



Figura 18

A variante presente na **arrecada de Paços de Ferreira (figura 18)**, mostra uma estrutura aparentada, mas que se diferencia pela adoção de um pequeno apêndice e pelo sistema duplo de suspensão, já com decoração de filigrana e granulado, como as placas de ouro e peças diversas do tesouro de Serradilla, Cáceres, revelando também influências claramente tartéssicas, eventualmente procedentes de Cádiz, combinada com uma decoração repuxada de fossetes e punções, com paralelos nas arrecadas de Serradilla e Madrigalejo em Idanha a Nova, sinalizando assim eventuais relações com o conjunto da Alta Extremadura, datável dos séculos VI – V A.C. que terá desempenhado um papel de transição de novas técnicas e formas de ourivesaria para o noroeste peninsular.

Além desta variedade de ornamentos de ouro, de tipologias e função mais correntemente referenciadas, são ainda peças significativas da nossa ourivesaria cujas características morfológicas, técnica e culturais se distinguem em geral pelas suas influências meridionais, manifestadas na adoção de novas formas de vestir.

OURIVESARIA E FORMAS DE VESTIR:

Não é clara por falta de informação sobre a tecnologia e a matéria – prima utilizadas, qual a extensão e qualidade e como os ourives conheceram, compreenderam e aprenderam a imitar as peças de ourivesaria oriental. Mas toda a evidência mostra que esses artificios peninsulares, herdeiros de velhos mestres do Bronze Final, aprenderam desde muito cedo a utilizar o metal de novas formas. Pode colocar-se uma questão: terá a utilização de grandes quantidades de metal nas joias de Bronze Final tornado a matéria-prima mais escassa? Os quilogramas de ouro utilizados em joias poderiam redundar uma escassez absoluta de metal disponível. Mas não devemos esquecer o fenómeno de adesão á novidade que, correntemente, se designa de “moda”. As produções orientais conseguiam certamente com apenas uma fração de metal, um efeito muito espetacular nas ocasiões de expressão publica da riqueza de famílias e clãs, servindo as joias esse fim.

É este fenómeno que explica o aparecimento de uma classe de objetos que se designam convencionalmente de “botões”. Muitos destes botões seriam apenas para aplicações, colocados estrategicamente sobre as peças de roupa de aparato, e devemos julgar que mesmo aqueles que desempenhavam uma função prática de fixação do vestuário não teriam nunca desdenhado uma conceção estratégica da sua colocação como forma de maximizar o impacto visual. Sem ironias: o vestuário é neste período da Prato-História uma forma importantíssima de afirmação das elites nas ocasiões de cerimonial e exposição públicas, e há um larguíssimo conjunto de objetos que testemunham isso mesmo. Com estes “botões” conviveriam outros objetos, produzidos por técnicas diversas, os quais, aplicadas sobre o vestuário por diversas formas nos elementos vestidos, criariam, no seu conjunto o aspeto pretendido pelos chefes ou sacerdotes que os utilizaram.

O significado destes “parâmetros” está hoje para nós perdido e não é completamente testemunhado pela quantidade de metal utilizado, mas pela sua própria frequência e pelas condições frequentemente obscuras dos achados, atestam o valor ritual superlativo que estes elementos tinham.

Torna-se difícil destrinçar, no conjunto dos materiais orientalizantes, os produtos importados, dos fabricados devido á generalização dos mesmos padrões e das mesmas técnicas.

Não se tratando com certeza de peças realizadas localmente por artistas tartéssicos para clientes indígenas, talvez não seja de excluir a hipótese de a grande maioria proceder da área tartéssica e resulte de simples importações comerciais. Em alguns casos porém as jóias poderão ter sido obtidas no âmbito de mecanismos do dom e da troca, comuns nas sociedades antigas. Trata-se em todo o caso de “bens de prestígio” que se prestavam a relevar o status das elites indígenas.

A partir dos finais da Idade do Bronze ocorreu uma nova evolução na ourivesaria peninsular, em que os elementos fundamentais são de influência Oriental, substituindo os contactos atlânticos que dominaram cerca de um milénio o período mais recente da Idade do Cobre e toda a Idade do Bronze. Surgiram novas formas e motivos ornamentais e muito especialmente novas técnicas, destacando-se não só a da Filigrana e do granulado, mas também a solda e a liga na

preparação do ouro, como demonstram nitidamente as análises de material efetuadas, sendo inegável a assimilação deste contributo orientalizante por parte dos ourives indígenas, mais densamente documentada na área litoral e peri litoral do território português, onde, nas etapas seguintes, se distingue mesmo como uma das suas características mais expressivas.

AS ARRECADAS

Se as inovações orientalizantes permitiram modernizar formas, temas e técnicas da ourivesaria peninsular, foram as influências centro-europeias que marcaram ourivesaria da idade do ferro desde os meados do I milénio A.C.. A sua assimilação pela ourivesaria local, em doses apropriadas, não parece oferecer grandes dúvidas evidenciando-se. No norte do país, duas “escolas” regionais com ares de influência, uma na zona de Póvoa do Varzim, que incluía porventura joias para refundição acompanhadas de bolas de prata, elementos denunciadores de possível oficina. Neste grupo, é mais notório o carácter das peças mediterrânicas devido à utilização de formas compósitas à base de placas e soldas, granulado, pseudogranulado e filigrana, e predomina a presença de adereços femininos, como as arrecadas com apêndice triangular típico.

TORQUES E COLARES:



Figura 19

O outro grupo, mais localizado na região de Chaves, que é globalmente transmontano e de influência celtizante nos modelos simples e praticamente reduzidos a **torques (figura 19)** e braceletes, reportando-se sobretudo a expressão de hierarquia masculina, e nas decorações em que raramente aparecem as técnicas de influência meridional.

As peças deste segundo grupo têm um “ar familiar”, patente na repetição de formas estruturais e de motivos decorativos, sendo comuns os remates dos torques em dupla escócia frequentemente ornadas como um motivo floral, e preferidas ornamentações geométricas de motivos curvilíneos com um abundante repertório de arcos, círculos e Ss associados a motivos retilíneos de gregas, triângulos, zigzagues e outras em menor escala. Esta gramática decorativa deve considerar-se o fim da zona oriental do “primeiro estilo céltico” apontando-se para a zona centro-europeia, de preferência a região do médio e centro de França como fonte da influência Celta. Este conjunto é efetivamente composto por joias atribuídas tradicionalmente aos celtas, como os “torques”, que juntamente com as braceletes simples ou de vários torques, do tipo de Lebução, vemos representados na estatuária de guerreiros em sugestiva relação com a simbólica do poder.

Nesta fase, evidencia-se uma verdadeira mestria das técnicas do trabalho do ouro, claramente manifesta na utilização sistemática de delicados processos decorativos como a filigrana, o granulado e em especial o polvilhado ou o granitado, aplicados em elaborações ornamentais típicas. Ao mesmo tempo, verifica-se uma racionalização no uso da matéria-prima, suprimindo-se a carência do ouro com artificios técnicos e decorativos.

Essa escassez do metal denuncia-se pela utilização de ouro procedente de jazidas primárias ou pelo emprego de ligas com elevado teor em prata, ou ainda pela substituição do ouro por elementos de outro metal para estruturas não aparentes, como que renunciando o fim de um ciclo, que parece trazer consigo outras relações acentuadamente interiores, e em última análise, a perda de originalidade, a breve trecho consumada pela romanização.

AS TRADIÇÕES DO SUL

Por sua vez, na ourivesaria da segunda Idade do Ferro no sul de Portugal, entre meados do século V e os inícios da colonização romana, é notória a prevalência das correntes mediterrânicas, designadamente de origem Púnica, em função do imperialismo cartaginês, que parece evidenciar um momento de decadência na simplificação das estruturas das joias e no desaparecimento dos repuxados, granulados e filigrana, característicos da primeira Idade do Ferro, num verdadeiro contraste com a região norte. O sul do país parece ter sido uma zona de maior abundância de metal e a zona onde mais cedo houve um investimento das populações no entesouramento de joias.

Talvez por essas razões parece correto dizer que, num determinado momento da proto-história, o sul do país é mais rico em objetos de ouro “de carácter utilitário” ou de “uso corrente” do que o norte.

Os brincos que se tornam populares ao longo dos séculos IV e II A.C. no sul do país, o mais numeroso é a das pequenas **arrecadas de forma lunular (figura 20)** decorada por pequenas esferas, são abundantes no povoado de Vaiamonte.



Figura 20

Também de Vaiamonte se conhece um outro tipo de arrecada, construída a partir de dois arames, um formando a base da joia, outro fazendo um enrolamento decorativo interior. Vários desses exemplares figuram no tesouro de Santana de Carnota.

Um terceiro tipo é composto por um corpo lunular, decorado por enrolamentos finos de arame de ouro que formam pequenas placas, dispostas de modos variados. Algumas destas peças mostram que as placas e outras decorações tentavam originalmente representar, algo idealizada, a cabeça de um bovino em vista frontal. O mesmo aconteceu com alguma joalharia micénica, mas o estilo, em concreto, é diferente, é diferente e a distância temporal entre umas peças e outras é demasiada para se julgar haver alguma ligação entre elas.

LINGOTES E PEÇAS TRANSFORMADORAS:

Ao longo do calcolítico e nos inícios da idade do Bronze, a recolha de ouro nativo deve ter bastado às necessidades das comunidades.

Mas a exploração dos minérios de cobre da península deve ter aumentado significativamente as quantidades de metal precioso recolhido, pois a sua ocorrência simultânea é frequente na natureza, o que se poderá ter combinado com um incremento da exploração do ouro aluvionar em meio fluvial.

O calculo do metal precioso utilizado ao longo da pré-história é impossível de fazer-se e qualquer estimativa dos volumosos processos necessários á sua recolha é ociosa. Isto acontece também porque sabemos que as peças eram frequentemente transformadas. As peças mais antigas são aquelas que, por terem sido depositadas num contexto funerário ou por terem sido ocultadas por qualquer razão evitaram o destino da sua modificação, intercambio ou fundição.

Existem 3 grandes classes de objetos que ilustram estes processos:

1 – Os verdadeiros lingotes: peças de ouro derretido sobre um molde, a partir do qual, por martelagem, se produz um objeto de forma predeterminada. Estes lingotes tendem a ser de forma retangular, mas é interessante verificar que alguns aros eram produzidos a partir de lingotes de forma anular.

2 – Objetos que foram diretamente utilizados como lingotes. Estão neste caso alguns exemplos que nos falam de colares e braceletes cuja decoração mostra terem sido joias do Bronze Final ou da Idade do Ferro e que foram cortados, para posteriormente as suas frações serem transformadas noutras joias, por modificação mecânica (martelagem, estiragem) ou por fundição.

3 – A identificação revela-se normalmente mais dúbia: o das peças que estiveram num determinado momento destinadas ao cadinho de fundição, mas que qualquer circunstância levou á suspensão do processo.

O FINAL DA IDADE DO FERRO

OURO E PRATA

As conquistas de Alexandre da Ásia Menor, do Egipto, do Império Persa e das fronteiras da Índia trouxeram para a esfera do Mediterrâneo enormes saques de metais preciosos que modificaram a natureza das relações que as sociedades estabeleciam com a riqueza e, naturalmente, modificaram também o valor relativo dos metais preciosos.

Uma das principais manifestações dessa nova situação verifica-se com o crescimento da importância da prata na ourivesaria arcaica, outra é o aparecimento muito mais frequente de elementos de baixela de serviço nesse metal e uma terceira manifestação constitui-se na radicação, sobretudo no Nordeste da Península, de estilos ligados sem dúvida a oficinas específicas de ourivesaria muito característica, que se designa de Celtibérica. Uma última modificação que se verifica mais tardiamente, revela-se no facto de o entesouramento do metal precioso inclui com alguma frequência objetos de adorno, baixelas e moedas.

OURIVESARIA CELTIBÉRICA

Dos adornos típicos deste momento são bons exemplos os torques de fios torcidos, conhecidos por um belíssimo exemplar em ouro e por vários outros em prata.

Os colares de prata maciça em barra de secção circular, um deles de quatro fios entrançados, têm paralelas desde a área ibérica até ao litoral do ocidente peninsular, com presença conhecida nos **tesouros de Pragança, Montemor (figura 21)**, entre outros.



Figura 21

São também numerosas os exemplares conhecidos com afinidade as arrecadas deste tesouro, aparentam formas estilizadas de conchas com gavinhas, de origem mediterrânica, e de análoga dispersão, desde o Levante e Andaluzia ao Alto Alentejo até á Foz do Vouga no Ocidente peninsular.

Este tesouro terá sido formado entre os séculos III e o primeiro quartel do séc. I A.C.. O conjunto numismático serve, neste caso, como precioso elemento do seu ocultamento. Com

amplitude compreendida entre os finais do século III e inícios do II até ao ano 76 A.C. para as moedas romanas e 105 e 72 A.C. para os denários Ibéricos, a sua cronologia aponta para uma deposição no período das guerras sertorianas documentadas pelos tesouros por exemplo de Valdevalor, Monroy e Castro de Romariz.

Mas se a exploração sistemática dos recursos mineiros do Douro, Minho, Trás-os-Montes e Beiras, de imediato iniciada pelos romanos, se tornar vantajosa para os conquistadores, fica doravante patente pela raridade e homogeneidade das espécies arqueológicas reconhecidas, o que ela significou de decadência e empobrecimento de bens culturais anteriormente sinalizadores de tantas formas de prestígio.

OURIVESARIA ROMANA

CONTEXTOS DE USO E CONTEXTOS DE ACHADO

A ourivesaria romana é, uma arte menor por um conjunto variado de razões. Em primeiro lugar, os romanos da época da república desvalorizaram sempre, e inclusivamente condenaram, o uso de joias pelas mulheres, ao mesmo tempo que regularam de forma muito estrita o uso de joias (apenas anéis) pelos homens.

Os romanos começaram por limitar na lei das Doze tábuas a deposição de ouro nas sepulturas. Mais tarde, no século III A.C., uma LEX OPPIA limitou a meia onça (aproximadamente 14 grama) a quantidade de peças de ourivesaria que uma mulher romana podia exibir em público.

Não foi a joalheria, nem a feminina e muito menos a masculina, o meio privilegiado de expressão da riqueza individual entre os romanos. Naturalmente, a situação nas províncias, designadamente na Lusitânia, não se teria visto completamente afetada por esta situação que provém de um contexto muito específico: aristocrático, conservador e estritamente urbano, no sentido propriamente romano do termo; concluindo, é algo que alguns romanos de famílias tradicionais na URBS, provenientes de famílias de largas tradições e pessoalmente aderentes a uma ideologia conservadora – estariam dispostos a defender tal como o fizeram em textos e discursos.

Os romanos reservaram principalmente a expressão da sua riqueza para o ambiente doméstico e para a convivialidade que nele tem lugar: o banquete. Isto é visível na arquitetura doméstica, pelo papel predominante, nas residências aristocráticas, às salas onde as grandes refeições decorriam e, em alguns conjuntos muito interessantes conhecidos por todo o império, a baixela, designadamente de prata, que serviam nesses banquetes. Muita dessa baixela deve ter sido paulatinamente reduzida a moedas em espécie.

Conhecemos atualmente exemplos de ourivesaria utilizada na Lusitânia romana, através de 3 principais tipos de conjunto:

- 1 – Joias postas em sepulturas dos proprietários originais;
- 2- Conjuntos ocultos em circunstâncias desconhecidas junto com moedas e outros utensílios.
- 3 – Achados arqueológicos de objetos de uso comum.

OS PRINCIPAIS TIPOS DE JOIAS

Não é possível estabelecer, para a ourivesaria romana conhecida em Portugal, uma linha clara de evolução. A ourivesaria romana conhecida em Portugal, mais a da Estremadura espanhola, não mostra uma linha coerente de desenvolvimento. Isto acontece também pelo facto de dentro do conjunto geral se encontrarem peças de produção provincial e outras que devem ter sido importadas.

Tratando-se o Império Romano de um largo Orbe onde era muito importante a circulação de bens e muito frequentemente a circulação de pessoas é natural que peças de joalheria terminassem a sua vida útil longe do local de produção. E a distinção entre objetos de produção local ou forânea não é fácil, a não ser em casos de técnicas ou estilos muito característicos.

OS TOUCADOS

Conhecemos pela escultura e pelos mosaicos, alguns dos aparatosos penteados das damas romanas. No caso das máscaras funerárias pintadas do Fayumm no Egito, conhecemos até algum pormenor da joalheria utilizada nesses penteados, mas não sabemos se as modas no Egito e na Lusitânia dos primeiros séculos da nossa era, ainda que indiscutivelmente influenciadas pelo mesmo centro – Roma –, seriam semelhantes. São escassos, no entanto, os achados de joias com essa finalidade.

O osso e o marfim, por vezes esculpidos com um grande detalhe é em obras de qualidade artística assinalável, parecem ter sido preferidos ao metal precioso.



Figura 22

Mas são conhecidos, da villa romana das Repressas, nos arredores de Beja, **três preciosas folhas de salgueiro (figura 22)**, que fizeram sem dúvida parte de uma coroa vegetalista, que os romanos apreciavam, tendo herdado esse gosto da tradição grego – helenística.

OS COLARES

Em primeiro lugar, não é nunca certo se o colar foi usado por uma mulher ou por um homem e se esse uso era apenas ornamental ou de alguma forma utilitário. Por outro lado, o uso de colares com pendentes levanta muitas dúvidas quanto ao aspeto que a joia efetivamente teria.

Os casos mais simples são as correntes formadas por simples aros batidos, como as de torres vedras, que têm por si só um importante elemento decorativo que lhes é conferido pela superfície espelhada do próprio aro.

Mais complexos são os colares de compósito, de ouro e pedras.

Os romanos desenvolveram o uso das pedras preciosas combinadas com o ouro a níveis muito elevados, sobretudo no Oriente. Os casos representados em coleções portuguesas são muito modestas, mas são as suficientes para apreciar o efeito decorativo dos pequenos berilos do colar de Grândola.

No entanto, o caso mais interessante o uso de colares e dos usos que, aparentemente, estiveram mesmo fora das limitações sumptuárias da república romana, foi o do porte da bulla pelas crianças, tradição herdada dos etruscos e que se destinava a proteger as crianças até à adolescência, e , ao que parece, a riqueza do material era diretamente proporcional á proteção conseguida.

OS BRINCOS



Figura 23

Os **brincos (figura 23)** são um tipo de joia que não levanta grandes incertezas quanto ao seu uso. Sabemos que se tratava de uma joia feminina, pelo que estas tinham grande apreço já que gostavam de os levar para lá desta vida.

Podemos distinguir 3 tipos principais de brincos:

1º os brincos de aro, fechado ou aberto, de contorno circular ou adotando outra forma, por vezes decorados com contas de metal, pedra ou vidro.

2º Os brincos de espigão. Este espigão é normalmente contracurvado, para que não escorregue acidentalmente do buraco aberto no lóbulo da orelha. É na parte do espigão que fica disposta frontalmente que o brinco é decorado: por um simples remate de ouro, de forma globular ou prismática, ou incluindo também pedras ou contas.

3º Podendo adotar ambos os sistemas de suspensão e fixação mencionados anteriormente, temos os brincos de pendente, que são seguramente aqueles em que os ourives romanos mais se aplicaram e impressionaram. Pendente de grande beleza e delicadeza, como a flor desenhada pelos berilos e pelas pétalas de ouro.

Herdeiros da tradição helenística, estes brincos podiam chegar a ser peças de grandes dimensões e peso, e o seu uso não deixaria de ser problemático.

AS PULSEIRAS

Mais uma joia tipologicamente muito interessante e que levanta algumas questões.

Em pleno período romano, a pulseira é um objeto pouco comum de uso preferencialmente feminino, sem um apreço em particular. São indistintas, relativamente ao processo de fabrico é semelhante aos colares, só mais curtas, e também pode usar pedras alternadas com os elementos de ouro.

Exceção são as pulseiras fabricadas a partir de vários elementos, nem todos de matéria preciosa, que formam peças articuladas.

As pulseiras são também muito comuns noutros materiais: osso, marfim, cobre ou bronze e vidro.

OS ANEIS



Figura 26



Figura 25



Figura 24

(figura 24 – anel com falso engaste; figura 25 e 26 – Anéis com engaste)

Os anéis romanos eram o objeto de adorno mais comum, principalmente por serem não só joalharia destinada a ambos os sexos mas também porque, para os homens, o anel era um instrumento de autenticação de documentos. O sinete, apostado sobre a cera quente, imprimia uma marca que, pode ser sempre autenticada.

A arte glíptica é a arte utilizada para a produção dos camafeus de sardónia, utilizada para a produção do anel para autenticação. Os anéis, designadamente de ouro, que estiveram nos finais da república reservados a senadores e a cavaleiros do público e a algumas concessões extraordinárias, vieram a generalizar-se e a ganhar um valor especial, graças à glíptica, de meios de comprovação de assinatura, como verdadeiros sinetes.

O típico anel romano era uma peça sólida em ouro ou prata que engasta com solidez uma peça de glíptica com uma gravação representativa da preferência do proprietário, sendo os mais

comuns Minerva, Mercúrio, etc. porque se associavam á grandeza dos negócios ou valores ideológicos.

A TIPOLOGIA DO ANEL DE METAL PRECIOSO É DETERMINADO PELA FORMA COMO O ENGASTE É GARANTIDO.

- Em alguns anéis a pedra é saliente no plano frontal, mas contida completamente pelo aro metálico. Por vezes a pedra é completamente integrada no anel, quer lateralmente quer no plano frontal.
- Noutros, a forma do engaste é completamente visível e o aro mais fino. Deste tipo existem duas variantes principais: a de aro liso e a de aro decorado. Neste tipo de anéis a variabilidade é enorme e a grande capacidade de criar pelas glípticas de forma imaginativas, o processo de as engastar em elemento de ouro mais ou menos elaborados e por ultimo o próprio trabalho de aro, simples ou decorado, com ou sem aletas, torna infinita a gama de possibilidades.
- Existem também anéis integralmente metálicos, mas desenhados de forma a imitarem qualquer um dos tipos mencionados. São também comuns anéis com inscrições.

O PERIODO TERMINAL

Com o fim do império, entrou-se numa época em que a igreja, concentrou o seu património a grande maioria do metal precioso disponível aplicado em objetos de uso litúrgico. Num padrão mais generalizado de falta de objetos, verifica-se ainda que os anéis tornaram-se mais pequenos, compostos por um aro fino que suportava uma placa de ouro gravada ou com inscrições.

Mas em simultâneo com esta tendência existe uma outra técnica de inspiração bizantina, que recupera o filigranado e o engaste. Com a radicação dos povos bárbaros no território do império chegou também uma técnica particular, especifica destes povos e que apreciavam muito a do engaste de grandes opalas, por vezes de esmaltes, em joias de ouro formadas por cloisonné.

Nestes alvares da Idade Média, escasseiam realmente os achados de ourivesaria: O poder passava a manifestar-se de outras formas.

FILIGRANA

O que é a Filigrana?

A filigrana é a arte de trabalhar metais, é essencialmente uma técnica de ourivesaria, do tipo popular. Esta arte não é específica da nossa tradição, pois existe noutros países e culturas, porém é uma das formas mais típicas das artes portuguesas.

A filigrana ao longo do tempo tem sido acompanhada por duas correntes, no que diz respeito á sua produção e ao seu uso.

Inicialmente, é considerado como um artefacto secundário da jóia, como técnica de primor e de “sentimento artístico”, aplicada em adereços de luxo, de uso profano e sagrado, com requinte no desenho cuja configuração artística e o seu imaginário, faziam com que a filigrana se integrasse num tipo de ourivesaria dirigida as classes sociais mais altas da escala social.

A filigrana foi aplicada em importantes peças litúrgicas, em combinações com pedras, esmaltes e decoração gravada, sendo a técnica a “fio tirado”, que mais se popularizou. Esta técnica foi adjetivada como “cunho artístico”, “simbiose artística”, etc.

A filigrana sobrevive das joias, não sendo valorizada se houver a ausência das mesmas, isto até ao século XIX.

No segundo momento da filigrana, na segunda metade do século XIX, denominada já de técnica de integração, a filigrana agora ainda mais perfeita e complicada, segura, e libertou-se da chapa laminar que decorava, e ganhou a peça individualizada; composta por um esqueleto, o filigraneiro trabalhou com fios delicados toda a forma. As jóias de ouro em filigrana manifestaram-se entre as classes altas da época, assumindo uma forma de prestígio para os utilizadores.

Porém surge uma fase de desvalorização desta técnica, tendo havido uma nova escala de valores, a filigrana sofre uma reviravolta e sendo considerada uma arte popular, porque a produção é feita nos interregnos das tarefas do campo, principalmente nos arredores do Porto, centro da ourivesaria portuguesa, e a mulher rural passa desta forma a ser adornada por esta técnica.

No domínio das artes existe um curioso processo de mudança que consiste em num determinado momento haver uma reavaliação das formas até ao momento avaliadas como superiores, e rebaixar a sua qualificação na sociedade a um nível subalterno, havendo assim uma mudança sociocultural “Nada se perde, nada se cria, tudo se transforma”.

Na segunda metade do século XIX a filigrana vinhou uma personalidade, e surgiram os “famosos” corações de filigrana, de várias dimensões, as cruzes de Malta, os crucifixos, os colares de conta, as arrecadas, os brincos de fuso, etc.. Este tesouro em ouro era uma capitalização segura de economia caseira, principalmente dos meios rurais e piscatórios.

A filigrana que durante séculos foi uma técnica gloriosa mais tarde foi denominada como sendo uma arte menor.

É certo que a filigrana é uma técnica artesanal, com uma realidade heterogénea com múltiplas formas de expressão e vários graus de desenvolvimento, que interveio na sociedade global no plano das instituições sociais e das operações económicas. O artesanato é diretamente ligado ao artífice, ou seja um indivíduo que tem uma relação íntima com os objetos que produz, refletindo-se nas formas de expressão utilizadas e no momento da recriação.

Com a produção industrial veio simultaneamente a desvalorização do artesanato tradicional, e a ourivesaria tradicional por consequência foi esquecida, daqui surgiu a importância de relembrar a filigrana e atribuir-lhe um novo significado para que esta técnica não se perca.

Na década de 80 voltou reapareceu o interesse pelo artesão e pelas suas peças, que nesta altura o artesão apenas o era como atividade complementar, já tendo outras atividades., pelo menos a sua maioria.

É indispensável deixar de analisar a cadeia operatória para que melhor possamos compreender a técnica da filigrana, e não podemos esquecer que a técnica sozinha não constitui autonomia, havendo vivências, emoções, o campo simbólico que completam o significado desta técnica.

A filigrana apoia-se num processo técnico de funcionamento tecnológico e económico-social e esta é a sua verdadeira essência.

Segundo Vitorino Magalhães Godinho, os valores culturais mais dominantes na antiguidade helénico-romana, na idade média e no mundo moderno, prendia-se á existência de classes de ócios, que não trabalhavam diretamente com as ferramentas, ou seja desprezavam o trabalho manual.

Segundo Platão nos degraus da escada social que ele próprio pensou os artificies estavam no ultimo lugar dessa escala, e isto foi continuando na idade média, havendo assim um completo desprezo pelo artífice.

Com a revolução industrial em meados do século XVIII houve um grande crescimento e diversificação, mas também problemas sociais e económicos, com uma ligação cada vez mais forte com a ciência, que fez surgir uma expansão global nos campos da filosofia, ecologia, economia, etc.

Apenas no século XIX é atribuída alguma importância de relevo aos artesãos. Em 1884 já havia um alerta para a necessidade de fazer uma história da tecnologia.

No final do século XIX e inícios do século XX, a filosofia elegeu o Homem como sendo “homo faber”. O Século XIX foi o século da evolução, em que surgem reflexões sobre o Homem.

A filigrana está inserida no artesanato tradicional, em que a procura do belo foi o método utilizado para o valorizar da técnica e aumento das vendas, e o apostar na exportação.

Houve uma procura pelos valores do belo, luxo e do precioso, indispensáveis á uns tempos.

Atualmente estas noções foram dissociadas, a beleza agora é associada a qualquer matéria, tal como a matéria, raridade e o preço.

Além da estética também as origens são essenciais para a filigrana.

ANÁLISE SOBRE A ETNO-GRAFIA DA FILIGRANA

A tecnologia na arte significa um conjunto de termos técnicos respetivos á mesma. O conhecimento que existe sobre a produção de filigrana em Portugal irá ser eterno, as próprias peças vão ser responsáveis por isso, as que já estão em museus, por todo o mundo, a criação do Centro de Formação profissional da indústria da ourivesaria e relojoaria localizada em Gondomar, onde vários mestres filigraneiros agora insinam a sua arte.

No ano de 1881 existiam em Gondomar 95 oficinas onde trabalhavam 374 operários; em 1929 o número de oficinas havia reduzido para 23, e em 1995 existiam apenas 7 oficinas em que 30 filigraneiros ao todo exerciam o seu ofício, notando-se assim uma constante diminuição do número de oficinas.

Surgiu uma busca pela explicação do natural desaparecimento dos mestres artificies, e pelas alterações que esta atividade tem vindo a sofrer.

Graças á tecnologia é possível compreender melhor os comportamentos culturais, pois o rápido desenvolvimento que se seguiu á revolução industrial tornou a tecnologia omnipresente e onnipotente, sendo o homem um ser pluridimensional tecnológico.

As cadeias operatórias estruturadas foram uma das inovações presentes na ourivesaria. A tecnologia característica da filigrana abrange memórias e um espaço social, explicado pela localização geográfica de cada técnica, numa altura em que é possível tirar o máximo partido das riquezas dos processos e ao mesmo tempo haver uma difusão progressiva dos produtos.

No estudo etno-tecnológico, temos uma melhor apreensão e integração das questões da mudança do artesanato tradicional, ou seja a utilização de novos recursos, a mudança de gostos, até por causa das tendências da moda, pois existem necessidades e interesses do mercado, reflete na necessidade de mudanças na produção, de atitude perante esta técnica.

A filigrana é uma etno-tecnologia pois ela é memória e património, independentemente da tecnologia, porque a filigrana é uma cultura local, uma identidade regional e é por estes motivos que devemos salvar, e preservar a filigrana.

A filigrana é uma cultura deixada pelos nossos antepassados, é uma herança que nos foi deixada e que devemos defender, defender o nosso património, pois caracteriza o individuo e a sociedade.

Os mestres filigraneiros são os responsáveis pela transmissão dos saberes, formando novos filigraneiros que vão dominar a técnica e adquirir um domínio e técnica, mas não

a etno-tecnologia, porque o que estes novos formandos vão fazer é peças de artesanato para turistas segundo a autora do livro *Filigrana Portuguesa*, Priscila Cardoso.

A filigrana é uma etnografia quase em extinção, o que é negativo, e isto acontece devido às condições sociais, com as novas soluções técnicas, económicas e estéticas. Este fator conduziu a filigrana a falsas condições de produção em proveito de uma adaptação do produto ser aceite e vendável.

A continuidade da técnica da filigrana está dependente da exportação do produto e eventuais exigências nacionais o que assegura a continuidade da técnica.

O receio que existe é que a necessidade de adaptação ao mercado faça com que a filigrana sofra uma produção alienada, apenas preocupado com o lado comercial o que iria levar á morte da etno-tecnologia embora a técnica sobrevive-se.

A etno-tecnologia para sobreviver depende da continuação da atividade aliada á produção, dependente da necessidade de uso, da utilização e comercialização ou seja o facto técnico e disto depende a sobrevivência do filigraneiro.

A produção artesanal não foi colocada de lado, porém para uma resposta efetiva ás necessidades de novos tipos de encomendas e pedidos, levou á necessidade de fazer adaptações, e assim a extinção da tecnologia, artesanato e mestres não corre mais o risco de extinção.

A filigrana do século XXI continua dividida entre o antigo e o moderno, não sendo previsível o futuro das formas, mas o ressurgimento da técnica já é certo.

O papel da mulher e do homem está bem definido numa cultura etno-tecnológica, ou seja num passado longínquo onde a mulher era discriminada em vários campos.

Á responsabilidade da mulher estava o “enchimento” das peças, pois eram sua especialidade, aclamadas de “enchadeiras” que eram também mães e esposas de diferentes espaços, não estando a mulher integrada na conduta jurídico-legal do trabalho, trabalhavam em casa e recebiam á peça sem qualquer tipo de subsídios e sem efetuarem descontos para o estado, ou seja mulheres que agora apesarem de no passado terem de facto trabalhado, recebem apenas uma reforma mínima, quando podiam ter uma reforma digna.



Figura 27

A filigrana encontrava-se em dois espaços:

- Na oficina, onde a peça era preparada para ir para casa da enchedeira e onde depois eram feitos os acabamentos (**figura 27**);
- A casa da enchedeira, onde era feito o enchimento (**figura 28**).



Figura 28

Aqui se via um código feminino, oposto ao masculino com diferentes comportamentos, direitos e espaços distintos.

A pergunta que surge no entretanto é se será possível um artifice conseguir acompanhar novas tendências, sem que se altere a personalidade do artifice, intimamente ligada á peça a ser produzida, e como cativar novos utilizadores para a utilização de uma peça em filigrana convencendo o mesmo de que ao ter esta peça está a adquirir um objeto de decoração único, que comunica e é representativo de uma sociedade, sendo um símbolo da nossa cultura.

Primeiro será necessário avaliar as relações do Homem com a sociedade envolvente e qual a sua posição, para que seja possível apresentar aos indivíduos um conjunto de coisas essenciais da cultura tradicional que é preciso valorizar.

As peças de filigrana representam peças únicas, associadas a um simbolismo da sociedade portuguesa, com uma riqueza de variedades espantosas.

Reflexo de um ideal, sendo um criação do artista quando este está a ser abençoado com uma dádiva divina que lhe permite o fabrico de peças tao perfeitas, pelo menos assim acreditavam os antigos, e assim conseguiam decifrar o íntimo da técnica e da representação de flores, animais, aves, etc.



Figura 29

A filigrana portuguesa está inserida na nossa ourivesaria, e para analisar a evolução desta técnica é necessário fazermos um recuo histórico e fazer uma análise sincrónica.

A ourivesaria em Portugal teve uma evolução de mãos dadas com a arquitetura, o “ser cultural” e a sumptuária.

Tem cerca de 5000 anos o elmo de ouro do rei Mes-Al-Kalam-Dung (2450 a.c.)(figura 29) e esta é a peça em filigrana mais antiga que se conhece, oriunda da cidade suméria de Ur na Mesopotâmia, onde atualmente é o sul do Iraque.

Em território português os objeto em filigrana mais

antigos datam de 2500\2000 a.C., como é o caso de contas encontradas nas grutas de Palmela, e na aproximação da idade do bronze na gruta da Ermegeira foram encontrados dois brincos.

Na idade do bronze, tal como já analisei anteriormente, é a época de grande maioria dos achados, como braceletes, colares, diademas, helicoidais, anéis, etc.. Estas peças eram pesadas e decoradas com motivos geométricos.



Figura 30

Na idade do ferro, a decoração das peças de ourivesaria continuam a ser com recurso a elementos geométricos, mas aqui o granulado e a filigrana surgem como novidade. Destaca-se a bracelete de ouro descoberta em Guimarães com forte influência Celta.

Da época romana existe em Portugal muitos exemplares, porém são fracas importações de peças importadas que eram “moda”. De maior realce temos o **fundo de Pátera (figura 30)** (espécie de taça utilizada pelos romanos), em prata decorada com uma figura em relevo de Marte (Deus romano), que atualmente se encontra no museu de etnografia de Lisboa.



Figura 31

Da época Visigótica praticamente não temos nada em Portugal, as mais conhecidas e admiradas são duas **fivelas de ouro (figura 31)**, idênticas às encontradas em Espanha.

Do estilo Moçárabe possuímos apenas um **cálice de prata dourada (figura 32)** e cinzelada que data do século X, que pertenceu a São Geraldo, encontrando-se inserido no tesouro da Sé de Braga.



Figura 32

As peças românicas presentes em Portugal são sóbrias, linhas harmoniosas, sendo essencialmente peças funcionais em que predomina o trabalho do buril com filigranas para encaixe de cabochões. Uma peça de referência é uma **cruz de procissão de poiars da régua em prata dourada (figura 33)** com a data de 1225 e também presentes no museu nacional de arte antiga três cálices vindos de alcobaça e uma **cruz em ouro maciço, com pedras preciosas encrostadas e trabalho em filigrana de 1214, já de estrutura gótica (figura 34)**.



Figura 33

A partir do século XIV aumenta a influência de outros países. A filigrana desenvolveu-se em grande força nos séculos XVI e XVII, porém devido ao domínio filipino do século XVII praticamente imitámos os modelos dos espanhóis.

Com a época dos descobrimentos e por conseguinte o aumento da riqueza do país, vieram para Portugal ourives estrangeiros (alemães, flamengos, franceses, etc.) com as suas origens atrás deles.



Figura 34

Em Portugal criaram escolas, trabalharam e fundiram as suas tendências com elementos exóticos do oriente, tendo sido criada uma nova expressão.

Este facto levou a que as confrarias de ourives definissem os seus mestres e se organizassem em regimentos. Criaram regras e a autonomia do ofício, criaram e registaram normas e codificações, sendo que o mais antigo regimento de ourives data de 1548 na cidade do porto.

Os elementos vegetalistas e animais misturados com muita imaginação criaram peças únicas, em que surge a laçaria aberta, com troncos entrelaçados e ornamentos em



Figura 35

“S” como elementos de ligação que vieram a substituir o botaréu no gótico e surgem novos elementos como os navios, esferas armilares, cordas, redes, boias, festoes, aves, fauna africana, golfinhos, caracóis, búzios, etc. e assim surgiu o estilo manuelino em que um dos melhores exemplares é a **custódia de Belém (figura 35)**, atualmente no Museu das Janelas Verdes em Lisboa datada de 1517, em ouro e mais de 4000 pedras preciosas.

Surge o renascimento onde aparecem as peças ogivais. Na ourivesaria inicia-se uma nova era com novos elementos que lembram o oriente, são eles: os nichos dosselados em conchas, os clássicos envasamentos, colunas e pilastras, troféus, bustos em medalhões, ninfas, sereias, cenas de guerra, caça e episódios de mitologia.

Algumas peças renascentistas de referencia são: a **custódia (figura 36)** e a caldeirinha brasonadas, atualmente no museu de Coimbra.

Surge o barroco e com ele inicia-se uma fase de decadência das corporações de ourives, devido á perda de independência, o que originou novas peças de estilo uniforme em diversas igrejas e museus de todo o país.



Figura 36

As custódias de prata, eram constituídas por duas ou três peças que se separam e assim serviam de cálice e de hostiário. A ornamentação do cálice e do hostiário era sóbria, com asas em forma de “S”, radiadas, cabeças de anjos, ortelas, pingentes, esmaltes, etc.

Com o decorrer dos anos os frontões clássicos transformaram-se em frontões barrocos decoradas com decoração em relevo e assim caminhamos para o século XVIII, reinado de D. João V, onde a atividade das oficinas aumenta produzindo para os paços, igrejas e conventos.

Numa altura em que a economia ajudou ao florescimento surge o estilo rocaille que através de encomendas quer nacionais, quer vindas de fora dá um novo folego á arte dos ourives, com trabalhos de grande qualidade com a técnica do cinzel e de buril e decoradas com pedraria. O trabalho de maior referência é uma **custódia de ouro e pedraria que faz parte da coleção da sé de Lisboa (figura 37)**. Na ourivesaria profana temos baixelas e outras peças que tiveram inspiração na cultura francesa e italiana que graças a D. João V chegaram ao nosso país.



Figura 37

O estilo neoclássico surgiu no reinado de D. Maria I, e é caracterizado por peças com folha de prata martelada, ornamentado com faixas a buril com motivos geométricos e vegetalistas ornamentais com gradinhas. A custódia da Basilica da Estrela é uma das peças de referencia desta época em Portugal.

O estilo Império surge no reinado de D. João VI que ainda príncipe encomenda uma baixela para oferecer a Lord Wellington em 1816, a Baixela Vitória, sendo assim que ficou denominada, com desenhos de Domingos António Sequeira, e a modelação por Machado de Castro, e esta é a peça de referência deste estilo até hoje.

No início do século XIX a ourivesaria regressa á decadência, com os ourives a limitarem-se á cópia de modelos oriundos de outros países, principalmente de Inglaterra, durando esta fase até 1840, altura em que a casa Leitão, em Lisboa pe em prática novos processos e cria também modelos originais, estimulando outros ourives da mesma época.

No porto em 1895 realizou-se a exposição industrial onde foram expostas as filigranas de Gondomar que surpreendeu os visitantes que ficaram impressionados com o trabalho manual desta técnica, e assim houve um grande impulso na ourivesaria de Gondomar no final do século XIX, sendo que as filigranas que enfeitavam as lavradeiras, ente do povo e praticamente toda a população do litoral norte, ganhou fama e as oficinas tiveram encomendas para todo o país e estrangeiro.

A ourivesaria era o reflexo da arquitetura, introduzindo nos esmaltes a policromia em que o estilo bizantino, a construção gótica, a renascença e o estilo manuelina (exclusivo em Portugal), o barroco, o rococó, etc. aparecem com a sua arquitetura refletida em objetos de ourivesaria portuguesa anda hoje presentes em mosteiros e museus, não sendo este um fenómeno exclusivo de Portugal.

No nosso país o povo muito tarde teve possibilidade de investir neste tipo de arte mas apesar disso os ornatos de filigrana representavam mesmo assim uma feição democrática.

As encomendas eram praticamente exclusivas á religião durante séculos, pois o lado civil só surgiu com a intervenção dos decretos reais.

Os ourives trabalhavam para as ordens religiosas e ofereciam aos reis peças para comprar indulgências e por este motivo esta técnica sempre esteve ligada ás transformações sociais e ás classes em diferentes épocas. (No relatório da subcomissão do inquérito industrial de 1881, explica-se por inteiro esta relação.

A filigrana foi usada na ourivesaria das antigas civilizações do mediterrânico, (como nas joias gregas, etruscas e romanas) depois pelos gauleses e visigóticos. Na invasão árabe na Península Ibérica no século VIII descobriram oficinas já a trabalhar com esta

técnica, contrariando o pensamento generalizado de que a filigrana tem origem árabe, sendo precisamente o oposto, tendo os árabes dado um notório desenvolvimento á técnica.

Atualmente a filigrana portuguesa é proveniente de relicários, cruzes e arrecadas datadas de finais do século XVII e século XVIII, tendo uma grande evolução no início do século XIX, com desenhos populares o que aconteceu em outros países, tendo a filigrana despertado interesse também nas classes superiores da época.

O desenvolvimento da filigrana aconteceu em diversos pontos da costa mediterrânica, fixando-se em Génova o maior centro de filigranas da Idade Média.

No início consistia na minucia combinação do fio de ouro ou prata aplicado em laminas do metal correspondente, criando uma rede complicada de linhas e meandros onde eram aplicadas gemas e esmaltes.

Também os franceses trabalharam a técnica da filigrana, denominando-a apenas no século XVII de filigrana, que teria sido importada da indústria genovesa.

Granada e Sevilha também foram centros de filigrana, tal como Florença e Veneza, porém os árabes são considerados os grandes mestres por terem encontrado um estilo muito próprio explorando o poder do fio de ouro, raramente recorrem a volumes, o truque é a combinação do traço, com inspiração na geometria.

Já a filigrana portuguesa tem um carácter sentimentalista do ser humano, do português. Com uma subtiliza particular que fora exclusivamente destinada às mãos femininas, comparando o ouro a fios de seda.

A herança tradicional da arte da filigrana corresponde a uma necessidade funcional que pode ser adaptada por outras sociedades, tendo a nossa um conjunto que a caracteriza: matéria, forma, e função.

O sentimento português está refletido na filigrana portuguesa.

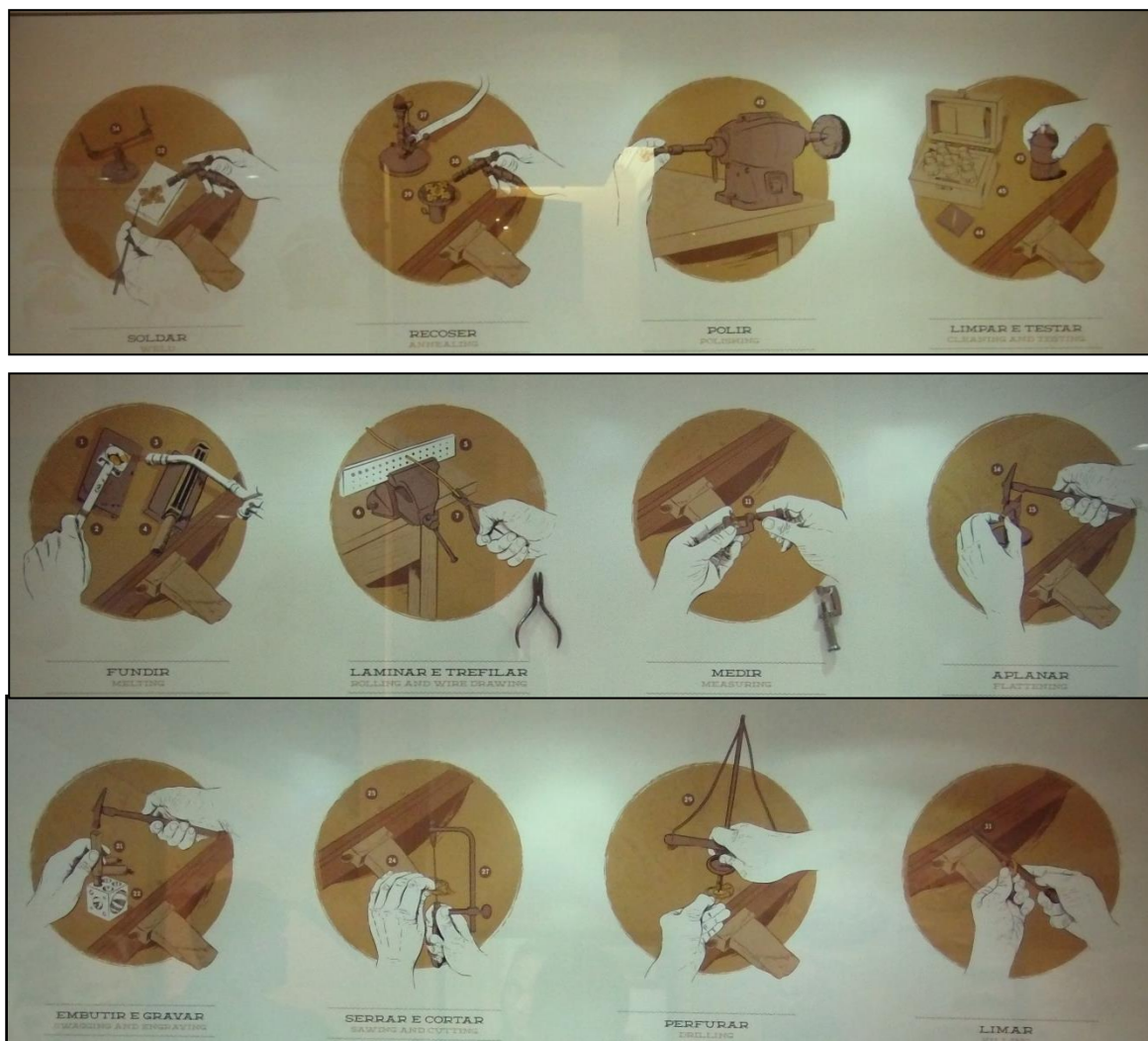


Figura 38

A CADEIA OPERATÓRIA (figura 38):

As peças de filigrana obedecem a características específicas de resistência e durabilidade, para que seja possível a passagem de geração em geração sem que sofra alterações no aspeto.

Para conseguir essa durabilidade é necessário uma escolha acertada dos materiais utilizados, com técnica produtiva e com organização havendo uma cadeia operatória.

Esta técnica é um conjunto de “atos tradicionais” caracterizada por sequencias de movimentos destinados á produção de um efeito físico, que caracteriza o material e o imaterial.

Sendo a técnica um facto da nossa cultura por estar integrado num sistema de valores culturais, existe aquilo que denomino por cadeia operatória que consiste nos seguintes processos: matérias primas; desenhos; instrumentos utilizados, caracterização da oficina, ciclo operatório e a sua comercialização em que o artesão está sempre presente.

A Matéria-prima:

O OURO:

As matérias-primas mais utilizadas para a produção de filigrana eram o ouro e a prata.

O ouro é um metal pouco abundante, foi considerado o melhor dos metais nobres pois é inalterável com a ação de agentes químicos, e com o contacto com o meio ambiente, não interessando a temperatura.

Em Portugal existiam já no tempo dos romanos minas que por estes foram exploradas e continuaram a sê-lo pelos Árabes e visigodos.

Com os descobrimentos portugueses o fluxo de entrada de ouro em Portugal aumentou, oriundo da África e do Brasil, tal como gemas preciosas.

Na idade da Pedra já muitos povos utilizavam o ouro, a prata, o chumbo e o cobre, trabalhados em estado sólido com pedrarias pouco comuns.

Quando o homem descobriu que estes metais podiam ser fundidos desenvolveu-se a metalurgia e a ourivesaria.

Processo de recuperação do ouro:

O ouro extraído é impuro, pois traz consigo substâncias estranhas.

Existem diversos processos de recuperação (Ex: o amalgamento com mercúrio, em que se recupera por destilação).

De seguida segue-se o processo de refinação que envolve uma fusão seguida de tratamento com agentes oxidantes ou de redução com o cloro gasoso ou outro e eletrolise final.

Propriedades físicas do ouro:

O ouro tem uma cor amarela, brilho metálico, é macio e muito denso (19.27), e é extremamente dútil (o mais dútil dos metais). O ouro puro resiste a altas temperaturas e podemos reduzi-lo a folhas com uma décima de milésima de espessura

sendo possível com uma grama de ouro obter um fio com 3000 metros de comprimento.

Os principais produtores são: República da África do Sul; Rússia, Canadá, EUA, México, Gana, Zimbábue, Filipinas, Colômbia, Brasil, etc por ordem de produção decrescente.

Aplicações:

O ouro tem diversas aplicações e apenas 20% da sua produção é utilizada na indústria (comunicações, odontologia, computadores, equipamento químico e médico, medicina, ourivesaria, arte, etc.) havendo uma tendência progressiva para o aumento de consumo de ouro nestas áreas devido a um melhor conhecimento que se tem vindo a adquirir sobre as capacidades do ouro.

Habitualmente a cotação do ouro é mais ou menos fixa, porém nos últimos 3 anos tem havido oscilações pouco comuns na cotação deste metal, porém de momento (Maio de 2014) o valor já se encontra novamente fixo, o que é importante pois a função oficial do ouro consiste numa reserva para a cobertura da moeda que circula em cada país.

Nas peças de filigrana e em outras mais, não se utiliza ouro puro, pois é excessivamente duro, em vez disso é feita uma liga com cobalto, níquel e prata, em que a percentagem de ouro é exprimida por “quilate”, sendo que o ouro de 24 quilates corresponde a 100% ouro puro.

No trabalho de uma peça em filigrana o fio de ouro é muito mais fino que o de prata, o que o torna mais maleável e sensível. Em Gondomar para se trabalhar a filigrana com 10 gramas de ouro adiciona-se uma grama e meia de prata e o mesmo em cobre, levando a peça de filigrana no final do processo um banho de ouro.

Em Portugal é obrigatório uma liga em que cada quilograma tem 800 gramas de ouro e 200 gramas de liga, e consoante essa liga o ouro pode adquirir diferentes tonalidades.

A PRATA:

A prata tem como característica ser branca, o símbolo químico é Ag (argentum), e a sua densidade é de 10.5 puro e 10-12 impuro e é inalterável ao ar e água. É muito dúctil, maleável e resistente á corrosão, sendo também o elemento com maior condutividade térmica e elétrica. O ponto de fusão é aos 950,5°C e de ebulição aos 2212°C, tendo uma densidade de 10.49g\cm³.

Mais de metade da sua produção provém dos EUA, México e Canadá.

A prata reage com o ozono e vestígios de sulfureto de hidrogénio o que leva ao escurecimento das peças.

As principais aplicações da prata são: reserva bancária, cunhagem de moeda, fabrico de objetos de joalharia e como adição para formar ligas de maior resistência, fabrico de acessórios eletrónicos e indústria fotográfica.

A liga de prata para a filigrana faz-se com 95% prata e 5% de liga, ou seja tem maior quantidade de prata que o usado habitualmente (92% de prata e 8% de liga).

Isso acontece porque é o modo de esta ficar mais maleável para que seja possível ser trabalhada com um rendilhado fininho.

O ciclo operatório:

As peças de filigrana têm um processo sempre igual do início ao fim, passando pelo desenho, sendo este o ponto de partida de qualquer peça, feito em papel, normalmente em tamanho real.

O desenho:

O desenho é feito pelo artesão e este é o meio utilizado para descrever a forma da peça pretendida, com recurso a linhas, sombras e traços, tendo como objetivo uma transmissão completa e com rigor. O desenho tem que fornecer de forma precisa e clara os dados necessários indispensáveis para uma boa interpretação.

Existem nos diferentes ourives tendências de estilo sendo elas a caracterização do mar com a representação de peixes, crustáceos, conchas, ondas, etc e a caça com o objetivo de simbolizar os ofícios do seu povo, refletindo assim a sua cultura e dia-a-dia nas peças, a natureza foi representada com ramos floridos, grinaldas, pares amorosos e cupidos, simbolizando assim o amor.

As formas são definidas com todo o pormenor, com recurso a linhas interiores, simetrias, etc.

Os artesãos guardam a sete chaves os seus desenhos, para evitar a cópia de uma obra e os segredos técnicos.

A execução da peça:



As diferentes etapas de fabrico

FUNDIÇÃO:

O metal em causa é colocado no cadinho, que é aquecido na forja e suporta uma temperatura de 900°C. No cadinho quando o material está fundido é retirado com uma tenaz e a matéria fundida lançada em rilheiros de ferro, atribuindo-lhe uma forma de barra longa. A chapa obtida é depois martelada e repuxada até á forma desejada, formando uma lamina que pode ser enrolada para peças ocas.

SERRAR A CHAPA:

O modelo é desenhado num papel e depois decalcado com recurso a papel químico para a chapa (ouro ou prata) com as medidas aproximadas das peças a produzir. Seguidamente, com uma serra a chapa é cortada, ou seja o desenho foi “vazado” obtendo-se assim o “esqueleto” da peça.

PUXAR O FIO:

O trabalho com dois fios (cordão) surgiu da necessidade de fortalecer o enchimento, pois o “fio tirado” (um único fio) era muito frágil, o que era uma limitação, e desde a idade do ferro que já se encontra em Portugal pelas de filigrana em cordão.

Para a produção dos fios o metal depois de batido na bigorna e colocado numa das aberturas da fieira. O fio ainda grosso vai depois ao cilindro, e depois para uma nova fieira ou para o tabuleiro. Na nova fieira, esta com orifícios minuciosos o metal é puxado com a mão com a ajuda de uma tenaz, estando presa uma ponta do outro fio que é puxado pelo enrolar de uma corrente; o metal vai passando de orifício em orifício, a esticar cada vez mais até conseguir a espessura de um cabelo. No final vai ao carrinho onde por entre estreitíssimas aberturas de rubis, alcança a espessura de 0.20 milímetros.

TORCER O FIO E SEGURÁ-LO:

É necessário o fio ser torcido 9x, 3 em cada série e recozido 3x para não ficar mole (para não ganhar mola). Adquirem-se 2 fios que se torcem á mão, e a operação termina entre 2 tábuas, de seguida o cordão vai novamente ao fogo da forja a 700°C por mais ou

menos 15 minutos (recozer) com o objetivo de ligar o par de fios que de seguida passam pelo cilindro onde são esmagados e transformados num ténue fio.

Apesar de já haver um cilindro mecânico que torce os dois fios, a maior parte dos filigraneiros de Gondomar continua a executar a tarefa manualmente

ESQUELETO DA PEÇA:

Para a produção de qualquer peça é necessário fazer o “esqueleto”, constituída por uma ou mais peças. A sua composição é uma armadura em lamina de ouro ou prata, com a espessura desejada, e nela é feito a traço forte o contorno, que se ramifica em nervuras interiores, para dar resistência e determinar a forma desejada em que os espaços que as nervuras estruturais limitam, tem como fim o preenchimento pelo fio de ouro ou prata feita pela enchedeira.

A função do esqueleto é armar, construir e ser capaz de suportar as linhas mestras da peça.

ENCHER A PEÇA:

Encher a peça é a função da enchedeira que é a tarefa de preencher os espaços vazios do esqueleto com o fio da filigrana.

Existem 3 tipos de filigrana:

1. A mais fechada, característica de S. Cosme;
2. A menos fechada, característica de Valbom;
3. A mais aberta, característica de Fânzeres (Gondomar).

No encher da peça o fio pode tomar as formas de escamas; “SS” e crespos, sendo que a escama é mais aberta do que os crespos, de forma oval, de laçaria aberta formada por troncos entrelaçados, onde habitualmente surgem os ornamentos em “SS” que são elementos de ligação. O enchimento é todo feito manualmente.

O processo baseia-se em colocar o esqueleto da peça num tabuleiro de ferro e com o fio do metal organizar os “SS” e os crespos, de vários tamanhos para depois as formas base estarem feitas serem aplicadas no esqueleto.

Existe a possibilidade de o enchimento ter surgido com o intuito de tapar imperfeições do esqueleto. Depois de feito o enchimento as peças voltam para a oficina onde se segue a fase do contorno da peça.

DEITAL A SOLDA COM A BORRACHA:

Em tempos antigos as peças eram colocadas na boca para serem molhadas, agora são molhadas em água e em seguida com o auxílio de uma borrachinha derrama-se a solda sobre a peça com uma exigida perícia, de tal forma que a olho nu não é possível ver nas peças essa solda, sendo uma das tarefas mais delicadas.

SOLDAR O CHEIO:

Sobre uma tábua, o filigraneiro com o auxílio de um maçarico de boca, sempre vigiando a peça prende os fios enroscados entre si.

MOLDAR A PEÇA:

A partir do momento que uma peça é constituída por mais que um elemento é essencial agrupar as partes a serem “embutidas” individualmente, com o auxílio de um martelo.

FASE SE ACABAMENTO:

No caso das peças de filigrana em prata é necessário uma recozedura para fazer desaparecer o efeito escurecidos devido á necessidade de soldar as peças.

O procedimento é feito com recurso a um recipiente (Ex: barro) onde são colocadas várias peças e depois posto na forja para aquecer a alta temperatura e como as peças não têm contacto direto com o fogo não ficam danificas. Depois de frios são branqueadas.

BRANQUEAMENTO:

Depois de frias, as peças são banhadas dentro de uma vasilha com uma solução composta por: para 1 litro de água, 5% de ácido sulfúrico. Neste processo as peças são envolvidas num pano branco de algodão e são mergulhadas 3 a 4 vezes, são recozidas, voltam ao banho e voltam a ser recozidas e novamente arrefecidas e assim a peça fica esbranquiçada. (procedimento para peças em prata, ou que contenham prata)

ESCOVAR A PEÇA:

Nesta fase a peça com o auxílio de uma escova de metal fina é areada com água e detergente.

SECADOR:

Por fim a peça vai á máquina de esferas para ser seca, ou numa técnica mais antiga, aquece-se serrim em bacias e mergulha-se a peça, sendo retirado quando já estiver seca, e assim termina o processo de fabrico.

A OFICINA:

O trabalho de filigrana tem vindo até nós por gerações de pai para filho, pois os filhos ainda novos sem sequer ainda terem idade para frequentar a escola, iam com os pais para as oficinas e eram incentivados a ajudarem no trabalho, ensinando assim o ofício desde muito pequenos á nova geração. A estrutura da oficina é na generalidade pequena e desconfortável, apenas com o necessário ao desenvolvimento desta técnica, sendo uma oficina primitiva com uma caixa retangular de granito, separado internamente. Normalmente nestas oficinas não existem altas tecnologias, pois em vez disso possuem segredos do ofício passados de geração em geração.

INSTRUMENTOS UTILIZADOS:



Exemplo de alguns instrumentos

Os instrumentos de trabalho são elementos essenciais para os artificies, pois servem para aplicar na matéria a linguagem que o filigraneiro quer transmitir. Para um melhor entendimento e perceção do papel das ferramentas vou descreve-las por ordem de entrada no ciclo operativo da filigrana.

- CADINHO: vaso pequeno feito em grafite onde se funde o metal pretendido, e vai á forja sob temperaturas elevadas.
- FORJA: tipo de fornalha utilizada para amolecer metais que vai ser fundidos e modelados a quente.
- TENAZ: Instrumento metálico, com duas pontas, que abrem e fecham, que serve para agarrar ou segurar as peças.
- RILHEIRA: molde em ferro onde se funde a chapa que irá obter a forma inicial.
- LAMINADOR: aparelho manual com varias aplicações, pois contem peças amovíveis para permitir obter diferentes tipos de trabalho. Tem dois cilindros

sobrepostos, por entre os quais se faz passar a longa barra de metal, que é esmagada até ficar apenas uma lamina.

- **CILINDRO DE FIOS:** está incorporado no LAMINADOR, e é usado para laminar o fio. O fio é passado por um laminador com sulcos sobrepostos, formados por orifícios que se vão tornando cada vez mais pequenos, onde são reguladas as espessuras dos fios, e onde os fios são unidos e torcidos entre si.

- **TESOURA BICUDA:** instrumento de ferro com cabo composto por duas peças, que são a continuação das laminas achatadas e afiadas. Tem a função de cortar e é utilizada essencialmente pelas “enchadeiras” no corte do fio de filigrana.

- **PINÇA:** equivalente a uma tenaz pequena, é utilizada para trabalhar o fio de filigrana no enchimento, tendo mais ou menos a mesma função que a agulha de renda.

- **FERRO DO CRESPO:** tipo de alicate cujo as extremidades se juntam em cone, e fixa o fio de ouro na extremidade da ferramenta, e introduz-se na embutideira.

- **ALICATE:** Mecanismo por combinação de forças a partir de um eixo central, feito em aço e tem como função prensão, agarrar e puxar.

- **DOBADEIRA E BOBINES:** cilindro de madeira com a finalidade de enrolar o fio de filigrana.

- **BORRACHINHA:** consiste numa pequena caixa de cobre, de forma cilíndrica, de onde sai um tubo serrilhado. Coloca-se a solda dentro da caixa, e inclinando a caixa a solda vai saindo pelo tubo de forma doseada.

- **ESCOVA DE METAL:** Esta escova serve para dar brilho á peça na fase final, é normalmente em cobre ou latão com uma base de madeira.

- **TAIS:** superfície plana em aço sobre o qual o ourives trabalha.

- **FIEIRA OU DAMASQUILHO:** é uma placa espessa com orifícios de diferentes calibres por ordem decrescentes, por onde passa o metal de orifício em orifício para diminuir a espessura, até obter uma espessura de 0.20 milímetros.

- **TABULEIRO:** suporte de parede onde se fixa o damasquilho para esticar o fio.

- **RUBINS:** placas metálicas circulares, com um orifício central de espessura muito fina, para adelgaçar o fio metálico.

- **MAÇARICO BUCAL:** tipo de canudo com retorcido, em que a bobine está protegida com cobre, é o utensílio por onde o filigraneiro sopra com a boca para soldar a peça.
- **RECIPIENTE PARA BRANQUEAR:** vasilha comum.
- **SECADOR:** utilizado para secar a peça, é uma bacia um se aquece serrim e mergulha-se as peças para secarem.
- **MARTELO:** constituído por duas peças: cabo e lamina, em forma de “T”, com a parte da lamina com a forma de um paralelepípedo, e é utilizado com recurso á força muscular.
- **SERRA:** instrumento de corte, com uma lamina dentada de aço com um comprimento aproximado de 20 cm.
- **MOLDES:** não há moldes na produção de filigrana, havendo apenas o desenho do que é pretendido.

A COMERCIALIZAÇÃO DA FILIGRANA:

A comercialização da filigrana é uma atividade económica que não é autónoma nem independente de outras atividades sociais, o que não desvaloriza, pois se tal acontecesse não teria suporte suficiente e seria considerado como algo artificial.

A filigrana é sujeita a leis de mercado quer interno como externo, de forma a encontrar uma guia para a sua comercialização, que em tempos foi não foi estável, estando de momento, de acordo com os inquéritos que realizei a ganhar estabilidade e a ser novamente valorizada. Os indicadores que provocaram a desvalorização desta técnica foram os conflitos, crises e as transformações da moda, que recentemente voltou a valorizar esta técnica tendo “voltado” á moda.

Uma peça de filigrana não é um bem utilitário, mas sim um símbolo que foi criado pelo Homem, que desde cedo revela essa sua necessidade (criar simbolismos em torno de objetos) e qualquer sociedade o faz o que justifica os excessos e luxos como atos de consumo comandados pelo peso do simbólico e não por um motivo pragmático.

Em todo o mundo a filigrana tem compradores, como a Alemanha, que são adeptas de fivelas em filigrana para usarem nos seus vestidos, e as “borboletas” que serviam para prender cortinados de forma a espaçá-los para ficarem mais “bonitos”. Atualmente exporta-se ainda talheres ornamentados para diferentes funções.

Também para a África, e para o Brasil que continuam grandes adeptos das nossas peças mais tradicionais. Durante a realização do inquérito também pude ter a perceção da quantidade de peças exportadas, sendo os EUA neste momento um grande cliente, dado á recente aparição nas redes sociais de uma atriz de Hollywood (Sharon Stone) a passear com um exemplar de um coração de Viana ao pescoço, o que provocou furor nas encomendas em Portugal.

Com isto, posso concluir que cerca de 99% da produção de filigrana vai para o estrangeiro, ou é vendida em Portugal a turistas, que comprem estas peças como recordação pela visita ao país, por ser um dos elementos mais característicos de Portugal.

Em Portugal a igreja terá sido sempre a melhor cliente da ourivesaria portuguesa, os ranchos minhotos também são bons clientes, assim como o povo que cada vez mais está a voltar a valorizar o que é nosso.

Existe em no nosso país uma grande tradição de folclore, e no traje de regiões como o Alto Minho, Entre o Douro e o Minho, e o Douro, existe uma grande tradição de utilizar um grande numero de peças de filigrana como ornamentos.

Em Viana do Castelo, não se faz filigrana, mas a filigrana está ligada a esta região devido às mulheres vianenses desde sempre terem feito questão de ter um aspeto mais ornamentado e rico, sendo influenciadas desde pequenas a utilizar peças de ourivesaria popular, tendo sido Viana do Castelo uma grande ajuda para a divulgação da filigrana, e aqui a cada peça é atribuído um significado, apelo ou motivação, ou seja o enfeite tem ocasiões para ser usado, regras e ordens, que vem de á séculos atrás.

Uma curiosidade que achei interessante sobre esta tradição foi os brincos (botõezinhos) serem o primeiro adorno de uma mulher, sendo estes oferecidos pela madrinha no momento do nascimento da criança, e se por acaso acontecesse a criança morrer a tradição era vender os brincos para pagar o seu jazigo, se a criança permanecesse viva, os brincos iriam crescer juntamente com a criança, ou seja iam sendo trocados por brincos maiores consoante o seu crescimento, até chegar aos famosos “Brincos de rainha” ou as “arrecadas”. No peito utilizavam sempre o colar de contas, não sendo este retirado em momento algum, tal como os brincos, porém para uma mulher ser chamada de “ourada” além destes dois elementos tinha também que trazer ao peito “cordões” que representavam a menina á procura de pretendente, e pela qualidade da peça, a sua situação económica.

Atualmente em Viana do Castelo ainda é utilizada a filigrana nas romarias e festas, que com muito orgulho são expostas, porém no dia-a-dia já não são tao exibidos.

As mulheres do Minho identificam-se com o ouro, porém a identidade é um processo que se concentra num padrão cultural, e por isso a mulher desta região chega a preferir passar fome, para poder ter o seu “luxo”.

O fornecedor de Viana do Castelo é Gondomar e Póvoa do Lanhoso, sendo que Póvoa do Lanhoso dedica-se mais á produção de ouro popular como a chapa batida, e também peças de filigrana, mas as de Gondomar são as consideradas mais ornamentadas.

O OURO, A PRATA E SEUS SIMBOLISMOS:

Neste tema vou falar sobre a problemática do símbolo, pois as significações fazem parte de uma prática social, pois é a representação de um quotidiano, em que as coisas não valem pelo que são, mas pelo que representam para nós. O adorno tem essencialmente como principal função o simbólico.

O ouro e a prata são acompanhados de um simbolismo carregado de significado desde sempre em todo o mundo, e isso pode-se ver nos símbolos do povo que ainda hoje podemos encontrar em romances, literatura, na toponímia, nos contos tradicionais, e nas canções populares.

O símbolo está presente em tudo no nosso quotidiano, de diversas formas.

O símbolo além de trazer consigo associado um significado, esse significado depende da interpretação de cada um, sendo que o símbolo é portador de afeto e dinamismo, e joga com a mente. O símbolo possui uma função positiva na vida pessoal e social de cada um de nós. O Homem utiliza inúmeras vezes o símbolo para caracterizar algumas concepções, sem definição certa, nem possível de compreender na sua totalidade. Tem também uma função figurativa, que substitui uma satisfação, ou conflito interior.

Os símbolos são pluridimensionais, as vezes dicotómicos e podem exprimir relações de oposição. Não existe uma definição concreta da palavra símbolo, nem uma explicação limiar.

Este fator está mais presente no imaginário e no mundo da imagem, sendo o símbolo polissémico, devido a abranger vários tipos de sentidos. De uma perspectiva sócio antropológico, funciona como uma forma de comunicação dentro de uma sociedade, pois cada cultura possui diferentes códigos de significações, partilhada pela comunidade, assim como a sua decifração. No caso do ouro existem significados diferentes em culturas distintas, por exemplo o ouro na China tem como cor simbólica o branco e corresponde ao símbolo terra, e a preparação de drogas e elixires de imortalidade são feitos á base de ouro, significando que o Homem atinge a imortalidade terrestre.

Na Índia o ouro tem um carácter divinal e real, pois acreditava-se que a carne dos deuses eram em ouro tal como para os Egípcios, os faraós também tinham carne de ouro. Pelos Aztecas o ouro significa uma nova camada de terra, uma reestruturação terrestre, símbolo de renovação. Têm um Deus “Xipe Totec, que traduzindo significa Nosso Senhor Esfolado, é a divindade da chuva e também o Deus dos ourives. Na tradição grega o ouro invoca o sol, símbolo de fecundação, riqueza e dominação, uma arma de luz. Na religião cristã o ouro é símbolo de transcendência e de sol (luz divina), motivo esse

que levou a que a representação de Jesus fosse com cabelos dourados, com uma auréola dourada sob sua cabeça.

Por sua vez a prata está ligada á lua, com um principio de paz, símbolo do feminino, da água e do frio, e também ligada aos Deuses, pois acreditava-se que os deuses tinham ossos de prata. A prata com a sua cor branca e resplandecente, é símbolo de pureza e de atos retos. É uma luz que é comparada com o brilho da água, e dos diamantes. Na religião cristã representa sabedoria divina.

Em detrimento destes valores existem frases feitas que mais uma vez valoriza estes metais: “mãos de ouro”; “Coração de ouro”; “garganta de ouro”; “ouro sobre azul”; etc.

Também algumas povoações foram batizadas com nomes relacionados com estes metais, como: “ouro”; “Ouraça”; “Ourada”, etc.

Ligada á tradição da filigrana existem vários amuletos, que são usados com a convicção que trazem proteção para quem os usa.

O “galo” é um símbolo que representa o chefe de família, e simboliza a vigilância, fidelidade e sentinela;

O “coração de filigrana” simboliza a vida afetiva, a inteligência e a sabedoria, estando o coração associado ao espírito; A “cruz de cristo” simboliza o crucificado, tendo um sentido cósmico em que se une o céu e a terra.

O “anel de noivado”, com origem na era romana representa o amor recíproco com a união, e usa-se no dedo anelar da mão esquerda pois os romanos pensavam que neste dedo havia uma veia ligada ao coração. Ao fim de 25 anos de casado usa-se a aliança de prata para comemorar, pois se ouro simboliza a pele dos deuses, e a prata os ossos, os 25 anos mostra uma relação forte

A “moeda de três vinténs” representava para a mulher que o usava que era símbolo de virgindade, era oferecida pela sua mãe e só a sua mãe o poderia ver, e seria retirado pela mãe no dia do casamento da filha.

As “memórias” são caixinhas utilizadas para guardar recordações de uma pessoa querida.

Para as famílias portuguesas as joias de ouro eram um investimento a que recorriam em situação de necessidade, o ouro significava que as famílias tinham crédito para pagar as suas dívidas, e por esse motivo associado a uma oferta de uma peça em ouro, vem o significado de sacrifício para o investimento da peça, mas um investimento para o futuro, e uma garantia a quem é oferecida.

C- PROJETO MADE IN PORTUGAL

UMA ANÁLISE REFLEXIVA

A Joalharia está presente em Portugal desde o tempo dos visigodos e celtas, porém foi na altura da romanização que surgiu o grande salto. O aparecimento de artefactos de ouro em Portugal, mais propriamente a norte é justificado por ser neste ponto do país que estavam concentrados maiores minas de ouro.

A técnica da filigrana, é uma tradição de Gondomar reproduzida em peças como: brincos, arrecadas, pendentes com a forma de um coração utilizado com cordões de ouro, são as pelas mais conhecidas.

A Filigrana não tem a sua origem na Península Ibérica, pois existem peças com esta técnica que foram encontradas em túmulos no Egipto, porém na cultura castreja já foi reconhecida esta técnica que tem viajado no tempo até aos dias de hoje, e por este motivo Portugal defende a Filigrana como um elemento de representação da nossa cultura. A partir do século XIX a Filigrana conquista a sua autonomia na ourivesaria portuguesa principalmente nos conselhos da Póvoa do Lanhoso e Gondomar.

A origem da técnica da Filigrana ainda é discutida, pois existe quem defenda que a técnica tem origem no Mediterrâneo Oriental, e que foram os fenícios que a trouxeram para a Península Ibérica e existe a teoria de que esta técnica provém do Médio Oriente, onde atualmente ainda existe a presença desta técnica e que veio até à Península Ibérica como consequência da Invasão Árabe.

No término do século XX começam a surgir designers de acessórios para o corpo com novos conceitos e argumentos em que para estes criadores o essencial é representar identidades e são criadas formas que se afirmam numa sociedade, alterando a mentalidade de que o importante é o peso do ouro ao invés do trabalho artesanal fazendo surgir uma nova perspectiva no mercado da Filigrana Portuguesa.

A técnica da Filigrana permite ter uma grande superfície em ouro a baixo custo, comparativamente com o efeito visual causado.

Porém e citando o Designer Francisco Providência *“A filigrana como expressão plástica, demasiado subjugada á iconografia tradicional, inspira um espírito de pertença que já não colhe os adeptos de antes; trata-se de um espírito que não pertencendo a este tempo, corre também o risco de perder a ligação a este lugar. Promover a sua recuperação em nome da cultura, é criar as condições para a sua utilização. A proposição de que “só o que se usa sobrevive” serve bem tanto para as técnicas, como para os seus autores ou para as suas criações. As joias que não se usam já morreram”* .

Com base nesta apresentação sobre a Filigrana, e no que já tem vindo a acontecer com o aparecimento das novas propostas, e dado que a Filigrana é uma representação de uma cultura ancestral, faz sentido continuar a produção de todas as peças atualmente de forma fiel?

Ou estará na altura de aplicar a técnica e as formas tradicionais em novos campos para incentivar o consumidor a comprar? Acessórios de moda com aplicações de peças tradicionais da filigrana portuguesa?

Não será possível fazer assim sobreviver a etno-tecnologia?

Tendo como base artigos do Designer Francisco Providência que são: *“Joalharia, do artesanato ao design”* e *“Contextualização histórica da joalharia em Portugal”* e após a leitura e a análise do ponto 1.3, do 1º capítulo, do livro de Priscila Cardoso; *“FILIGRANA PORTUGUESA”*, em que a autora analisou várias questões sobre as quais algumas também eu me interrogava, adquiri uma nova noção de o que é a Filigrana, ou seja a Filigrana para além da técnica.

A autora apresentou a Filigrana como sendo uma arte Etno-tecnológica, ou seja, e desmanchando a palavra, Etno vem de etnografia, que no dicionário vem definido como: *“Termo que os antropólogos dão às monografias descritivo-interpretativas sobre as formas de vida de povos primitivos, seus usos, costumes, valores e mitos.”* (<http://www.dicionarioinformal.com.br/etnografia/>), ou seja a autora defende que a Filigrana é uma monografia que reflete a cultura de um povo, neste caso do povo do norte do país. Para além da técnica a filigrana é um livro de história, em que a partir destas peças se pode contar a história do povo do norte, e até do povo português em geral.

Também eu concordo com esta ideia da autora, pois são várias as peças em filigranas que retratam objetos da nossa história e da cultura do norte, como é o caso do coração de Viana. A Filigrana é mais do que uma técnica que tem por objetivo trabalhar o ouro de tal forma a que visivelmente uma peça pareça valiosa pelo seu peso, quando as peças são leves em comparação com o que aparentam, e o seu grande valor está no trabalho do ourives em manusear os materiais de forma a lhes dar formas, singelas e esbeltas a partir do entrelaçar de fios com o hábil manuseio dos ourives. A filigrana é o melhor da etnografia de uma região\país aliada á técnica, e as duas vertentes juntas criaram peças que irão ficar para sempre na história.

A tecnologia permite-nos vermos uma evolução contínua no tempo, possibilitando assim a uma compreensão mais astuta da cultura. A tecnologia tornou-se onnipresente e onnipotente logo após a revolução industrial e isso deu ao Homem a possibilidade de ser um ser cultural, pluridimensional e tecnológico. As inovações desta época têm vindo constantemente a serem inovadas e aperfeiçoadas, criando novas tecnologias de forma a facilitar o trabalho do Homem, em que as técnicas permitem “domar” as formas naturais, e por isso aliado á técnica está presente a natureza, desde sempre.

“A tecnologia própria á Filigrana abrange uma memória e um espaço sociais, isto porque cada técnica vai fixar-se num centro geográfico, numa época que permite tirar o máximo partido das riquezas dos processos e, em simultâneo, realizar uma difusão progressiva dos produtos, dando-se então o “facto técnico”” (Citação de Priscila Cardoso em Filigrana portuguesa; Lello Editores (1998), página 29, 2ºparágrafo)

A etno-tecnologia deve ter em conta o retrato das relações existentes entre o mestre artífice e uma comunidade de que o mesmo faz parte, ou seja deve estar presente entre o produtor e o mercado, logo entre o comprador e o utilizador, ou seja um artífice que produza uma peça típica de uma determinada cultura em que este não se insere, nunca vai conseguir transmitir para a peça a mesma paixão, que um que se enquadre naquele registo, o que vai fazer com que a peça deixe de ter o mesmo significado idealista, pois não está presente nas mãos do artífice a sabedoria que lhe era exigida para a perfeição dessa mesma peça.

Existem questões de mudança na sociedade em que não podemos ficar indiferentes, como a utilização de novos recursos tecnológicos, os gostos que se alteraram, novas necessidades e interesses que vão surgindo por parte de um mercado, as mudanças de atitude perante a constante mudança da sociedade e por fim a relação que o utilizador vai ter em relação ao objeto.

A filigrana é memória, património e identidade regional, mas algumas memórias deixaram de ser lembradas, e o património também vai mudando. A vida é mudança. À coisas novas que acontecem, memórias novas que surgem, marcos novos que marcam as nossas vidas, todo um ciclo de novidades que não param porque nós somos insaciáveis, e nunca nada é perfeito.

Podemos ter dois olhares distintos sobre a Filigrana: O aspeto funcional e sincrónico em que olhamos para a mesma de uma forma global, ou sob o aspeto histórico e diacrónico, com o objetivo de ler a história que estas peças incorporam. Nestas peças está presente uma herança cultural que identifica a sociedade e o seu indivíduo.

Considerando que os novos filigraneiros apesar de dominarem uma matéria e uma técnica, o que estes vierem a produzir já virá com uma mudança estrutural, ou seja, irão ser peças para artesanato turístico. Claro que é importante não deixar que esta técnica entre em extinção, porém defendendo que seja necessário uma adaptação do produto á nova realidade.

E claro que existe uma procura por parte do turismo que existe uma necessidade de saciar, até para continuar a fazer valer as tradições de Portugal no mundo, e porque não quero apagar a história de Portugal de que tanto tenho para me orgulhar. Mas existem acessórios de moda, valorizados pela sociedade atual que sendo ou não motivos de orgulho marcam a nossa sociedade por serem “moda”

“O desenho de joias é porventura hoje, mais um exercício de reflexão sobre a vida do que sobre as tradicionais tecnologias do ouro. Também a ourivesaria está sujeita á condição de “significante”, como ato de inovação na construção de sentido, para vencer a indiferença da sociedade” Designer Francisco Providência

Também o professor João Branco defende que *“o futuro do artesanato e do Design irão depender desta inovada atitude que ao carácter eminentemente pragmático dá luta pela sobrevivência (...) juntamos os qualificativos de memória, de instrumentos de diferenciação, de reforço de identidades culturais, como bases para um desafio qualificativamente diferente.”*

Para um melhor entendimento sobre o mundo da moda realizei três cronologias:

A 1ª mostra uma vista geral sobre a evolução da moda ao longo dos séculos, para uma fácil percepção da evolução do ciclo da moda ao longo dos séculos, em que é perceptível a emancipação da mulher ao longo dos séculos, através das suas roupas.








































A 2ª mostra do ano 2002 ao ano de 2014 um exemplo de runway em cada ano, em que segundo o site da vogue foram os visuais que marcaram mais nesses anos, para uma percepção da evolução da moda, e no ano de 2014 além do runway, coloquei imagens do presente ano em que peças em filigrana são visíveis, e sapatos com acessórios para revelar a tendência que se tem vindo a afirmar cada vez mais, e outros elementos para mostrar a tendência atual em simples imagens de forma a haver uma rápida interação com a moda atual.

A 3ª é uma cronologia de tendências ao longo dos anos 90, de maquilhagem\ penteado, chapéus, sapatos, carteiras e brincos para uma percepção mais rigorosa dos diferentes anos que ainda hoje usamos como inspiração e vão sendo a inspiração na moda atual, aplicando as inovações contemporâneas.

Cronologia da moda (1775 - 2000)

1775	1785	1800	1820	1850	1900	1910	1914	1920	1926	1930	1942	1947	1952	1958	1967	1972	1974	1978	1980	1985	1997	2000
																						

A EVOLUÇÃO DA MODA

DÉCADA DE 30	DÉCADA DE 40	DÉCADA DE 50	DÉCADA DE 60	DÉCADA DE 70	DÉCADA DE 80	DÉCADA DE 90	2000
							
							
			RARA UTILIZAÇÃO				
							
							

Cronologia da moda - RUNWAY (2001 - 2014)



TENDÊNCIAS



CHANNEL



collection Rendez-Vous de Roger Vivier



Weproductise

Collection by Teresa Martins 2014



A IDENTIDADE NA MODA

A moda existe por toda a parte e existem numerosas obras sobre o assunto; história do traje, sobre os ofícios, os criadores da moda, etc., mas fatos como dados estatísticos, estudos para tentar compreender o comportamento da sociedade perante este fenómeno, que de forma inconsciente vai penetrando mais na vida das pessoas.

A moda tem a capacidade de definir e criar barreiras entre diferentes classes sociais, criando uma luta constante de autoafirmação.

É necessário criar um novo conceito de moda, interrogarmo-nos sobre o fútil, os excessos, ... existe uma necessidade de teoria sobre a existência da moda.

A moda está-se a tornar numa forma de demonstração de poder, criando símbolos entre classes e tornando-se uma nova expressão de individualidade.

“A moda governa as nossas sociedades, a sedução e o efémero transformaram-se, em menos de meio século, nos princípios organizadores da moderna vida coletiva, vivemos em sociedades de dominante frívola, ultima malha da aventura plurissecular capitalista – democrática – individualista.” (1Prg. Pág. 19: Gilles Lipovetsky – O império do Efémero).

A moda não existe desde sempre, este conceito surgiu ligado ao desenvolvimento do mundo ocidental. Só a partir da idade média nos conseguimos aperceber de uma ordem na moda, com as suas constantes mudanças e as extravagâncias. O mistério do nascimento da moda está em «Porquê no ocidente moderno?».

Desde cedo a moda trabalhou a esfera do parecer.

A moda não tem conteúdo próprio, nem está ligado a um objecto em particular, é principalmente um dispositivo social com uma grande necessidade de mudança constante, por transformações fantasiosas, etc. Até aos séculos XIX ou XX, foi principalmente no vestuário que mais rapidamente incarnou no mundo na frivolidade da moda. É a indumentária que exhibe os traços mais significativos do problema.

A moda é fenómeno de estudo, por ser tao interessante do ponto de vista histórico, pela sua estabilidade e regularidade no que se refere ao funcionamento profundo... o respeito pelos calendários, e é de interesse estudar os fatores que derrubaram esta profunda regularidade ao longo dos anos.

O percurso da moda teve um primeiro momento que se impôs durante 5 séculos, dos meados do século XIV a meados do século XIX: Esta é a fase inicial da moda, a fase onde o foi instaurada a agitação, as fantasias, que se instalaram de forma duradoura na sociedade, sendo nesta altura que a moda começa por revelar as consequências que vai trazer para a sociedade, mas ainda de forma muito restrita, para apenas grupos de poder, sendo esta a altura em que a moda se instalou na aristocracia.

Não foi antes do século XIV que a moda se instalou no sentido estrito, e aconteceu devido ao aparecimento de um tipo de vestuário revolucionário, completamente diferenciado para ambos os sexos, o curto e cingido para o homem, comprido e justo

para a mulher. Apareceram as bases da modernidade no vestuário.

A partir deste momento as mudanças foram se precipitando e sendo cada vez mais frequentes, ainda num ritmo desconhecido, e com formas ostensivas, fantasistas, decorativas, tudo o que define o processo da moda, tornando-se a mudança um propósito, e um objetivo.

A partir do século das luzes, todos os dias, todas as semanas, todos os meses... haviam novidades uma frivolidade que nunca mais parou até aos dias de hoje, surgiu a moda com a sua mudança incessante, principalmente nos adornos e nos acessórios de beleza.

Rios de nadas, e alguns pormenores que fazem toda a diferença, que atribui um valor á pessoa que os adota, ou pelo contrario os repulsa. Começaram as demonstrações sociais com o aparecimento da moda, que através de ínfimos sinais, atribui uma distinção social.

Uma febre temporal do mundo da moda deve ser vista como uma aceleração das tendências, que preveem uma mudança perante as civilizações, a moda traduz uma descontinuidade histórica, com grandes ruturas a nível social. O aparecimento da temporalidade curta da moda significou o desligar da coesão do costume, e o surgimento de um laço social em simultâneo com um novo tempo legítimo. Nas idades do costume reinava o orgulho pela antiguidade, de tal forma que os imitavam, na idade da moda o que importava era o culto ás novidades e a imitação de modelos que eram apresentados por modelos e estrangeiros, em que as pessoas preferiam se assemelhar aos inovadores contemporâneos e não tanto aos seus antepassados, ou seja houve uma influência determinante da moda que implicou uma depreciação da herança ancestral.

As novidades do mundo da moda atingiu a alta sociedade e esta afogou-se de todos os últimos achados, imitando o que na altura havia em Itália, França, Espanha, havia uma verdadeira adoração por tudo o que era fora do normal, principalmente vindo do estrangeiro.

A novidade tornou-se valorizada, uma marca na sociedade, em que era preciso seguir aquela linha que tao depressa aparecia como desaparecia.

A instabilidade da moda mostra que as já não são respeitadas as regras dos antepassados, mas sim uma forma de desejo humano, pela fantasia, pelo efémero. Implantou-se o conceito do artificial, que a partir deste momento do aparecimento da moda define as cores, as formas, os pormenores que vão ser exaltados para uma teatralidade em que entra os jogos de sedução, do espetáculo, mas acima de tudo de formas excessivas, extravagantes, e ridículas.

Completamente inseparável dos excessos, e dos exageros vão criar volumes e formas que desdenham as formas naturais do corpo humano. Na moda quaisquer que sejam os efeitos estéticos pretendidos tudo se trata de um capricho, trazido pela necessidade de novidade, tendo sido criado um reino de fantasia com transformações e contradições (a

moda da simplicidade do ano de 1780, com a excentricidade de anos anteriores). Sempre sujeita a críticas e com o fator choque pois por vezes contrariavam as normas estéticas, as morais, e religiosas desse tempo. Já há mais que a simples vaidade humana e a exaltação do luxo, o vestuário começou a aparecer com elementos considerados indecentes, ridículos e escandalosos, o que provocou a que no século XIV e XV, a igreja reprovaram essas indumentárias, alegando que eram desonestas.

Prazer de ver, e de ser visto, exibição! É isto que resume o mundo da moda, fazendo com que as pessoas se preocupem com a sua representação\apresentação perante a sociedade, a procura pelo elegante, e pelo original.

A MODA COMO INSTRUMENTO DO CULTO DO “EU”

Sistema que regula e pressiona a sociedade, que transformam o supérfluo, num dever, pois obrigam a sociedade a segui-la para que seja aceite neste mundo.

Depois dos ciclos e movimentos que trouxeram a moda Italiana, a moda francesa surgiu no século XVII e impôs-se como sinónimo de elegância.

A moda permitiu uma autonomia individual no campo da aparência, criando uma relação entre o “eu” e o meio social.

O jogo entre mimetismo e individualismo apresenta-se a vários níveis no mundo da moda, mas é na indumentária que permanece o centro das atenções, e depois por consequência, o cabelo, os acessórios, a maquilhagem, o perfume, o calçado, o que torna a moda uma forma de expressão, sendo a moda um instrumento que marca a diferença e a liberdade de cada um, ainda que de forma superficial tornou-se uma forma de liberdade, tendo sido assinalada em escritos que pertencem á primeira metade do século XVII.

A moda altera-se consoante a preferência dos famosos, que a alteram consoante a personalidade, ou o estado de espírito, ou até um sentimento individual, o que torna o vestuário num signo, e em linguagens.

Os ornamentos, os signos do vestuário, a arbitrariedade da moda, o valor da reivindicação do individuo, na legitimidade do singular. Instalaram-se os valores hierárquicos.

Individualismo procedente de um individualismo económico e religioso, que realizou o individualismo ideológico da igualdade de direitos.

A autonomia pessoal na prática que é exaltado pela valorização do individuo. O individuo como ser livre, sem amarras, que cria!

A moda abraça aspetos da vida social, do individuo, da cultura e da estética, e surgem por independência uns dos outros e eficácia. A individualidade, o investimento, o refinar e a o esterilizar das formas que distinguem a moda, estão ligados aa fatores culturais característicos do ocidente. A moda tem em si uma geneologia de valores e significados e normas de vida que foram determinantes.

Não se trata apenas de distinção social, é também o prazer do agrado, e de marcar a diferença. A moda simboliza uma busca incessante de prazeres do mundo, estilizados das leis da vida e gostos. Associada a uma revolução cultural, a moda surge no mesmo século em que a arte inicia uma fase de tendência decorativa, para o ornamento, para servir a arquitetura com formas elegantes, este ato, criou um movimento, um estilo, a Arte Nova. Como arte a moda exprime os prazeres do olhar. Recuando a uma cultura cortesã, vamos falar do amor, com o impulso sexual, a “dança do amor” ou seja os seus cultos de conquista, que celebra a beleza feminina da mulher amada, uma submissão e obediência á amada. Tudo isto, aos poucos foi criando relações de sedução nas cortes.

A moda foi considerada uma forma de sedução, e como auxílio para esta sedução tanto como auxílio para o homem para a conquista, como para a mulher para seduzir. A moda e os seus artifícios eternamente ligados á feminilidade, e á estratégia de sedução.

O amor contribuiu com o processo de individualização do ser, e para uma promoção do individuo livre, a unificação da moda com a consagração mundana, que produziu uma nova relação entre os sexos.

A indumentária tornou-se um elemento de sedução que desenha os atrativos do corpo humano, e assim revelar escondendo os atributos do corpo humano atizando os encantos eróticos, não sendo já apenas um símbolo de poder e estatuto, mas mais uma forma de sedução. A idade moderna da sedução da estética e da sensualidade, mais uma vez consequência da moda.

Não foi por acaso que o aparecimento do nu na pintura e a moda fazem parte do mesmo século, trata-se de uma consagração. O nu como retorno aos clássicos, e uma admiração aos antigos, e uma forma de sedução.

A alta costura é vista como uma vocação do costureiro, e isto define-a, e é inseparável do funcionamento da moda e a sua mutação organizacional. Até ao século XIX, os modelos eram exclusivos, em que havia uma adaptação ao gosto pessoal de cada cliente. Poiret, preocupou-se em continuar essa ligação, pois se na América, as pessoas aceitavam o produto tal como estava, no ocidente isso não acontecia, o cliente tinha sempre exigências, e exigia sempre um exclusivo, o prazer pela individualização, o tornar aquele objeto pessoal, único, e exclusivo.

A alta-costura exerce uma atividade separada, pois privilegia a elegância e a imaginação do criador, e por isto a alta costura foi colocada como sendo um movimento histórico mais amplo do que a racionalidade do poder na sociedade modernista. A sedução surge logo pela forma como é comercializado este mercado; o apresentar os modelos em corpos vivos, organizar desfiles que são espetáculos para os exhibir, tornando este objeto um objeto de culto, as passagens parisienses que logo a partir do século XIX, nas avenidas parisienses existiam passagens de modelos, exposições universais, todo um teatro á volta deste mercado. A alta costura também desencadeou um processo no mundo da moda em que o psicalizou, ou seja, criando modelos que concretizam emoções, personalidade e carácter.

Com esta característica a mulher (principalmente) pode parecer aquilo que quiser (fantasiosa, ingénua, sofisticada, austera, alegre, romântica, etc.). As tendências da moda são tiradas a partir das análises feitas ao mundo da alta-costura, em que se tenta detetar as linhas que os designers decidiram seguir para essa estação, no entanto não se pode dizer que as tendências surgem da cabeça dos designers, eles apenas seguem essas tendências porque é o que o publico aclama, como sendo necessário, ou seja, ao mesmo tempo que existe uma necessidade de afirmação por

parte dos designers, tem que existir um encontro com a realidade no momento da criação, para criar uma lógica da procura.

Mas a alta-costura não foi vista sempre da mesma maneira, e com o evoluir dos tempos, foi havendo mudanças e com isso, surgiu um novo item no mundo da moda, as coleções singulares que vão explodindo, em que cada criador segue a sua direção, e os seus próprios critérios, houve uma multidireccionalidade, e uma ausência de regras comuns. Existem sempre peças chave que sempre surgem, mas depois surgem coleções desligadas umas das outras. Esta desfragmentação também ocorreu devido à emergência da moda jovem, com um estilo marginal, que tentam criar conceitos de ruptura com a moda, e surgiram também tendências como o hippy, «baby», new wave, rasta, skinhead,... e estas tendências vieram destabilizar o mundo da moda, pois os códigos foram desmultiplicados por uma cultura jovem inconformista que se manifestou na aparência, nos valores, nos gostos e nos comportamentos.

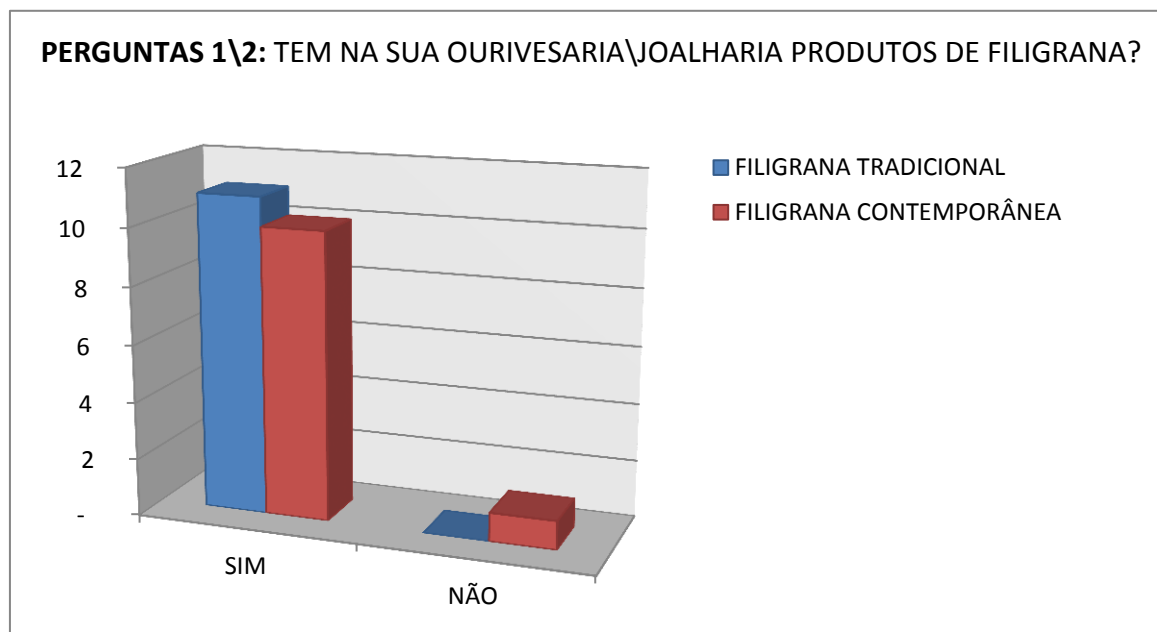
Um exagero do anticonformismo que não surgiu só por estratégia para marcar a diferença relativamente à sociedade dos adultos, mas também devido ao desenvolvimento de valores, o desejo de emancipação dos jovens. O parecer deixou de ser meramente estético e forma de distinção, tornou-se um símbolo que designa uma idade, os seus valores, o estilo de vida, uma cultura, uma forma de contestação social. Estas modas representam um fosso relativamente ao que era comum se ver, mas nem de longe arruinaram o conceito de moda.

RESULTADOS DOS INQUÉRITOS APLICADOS:

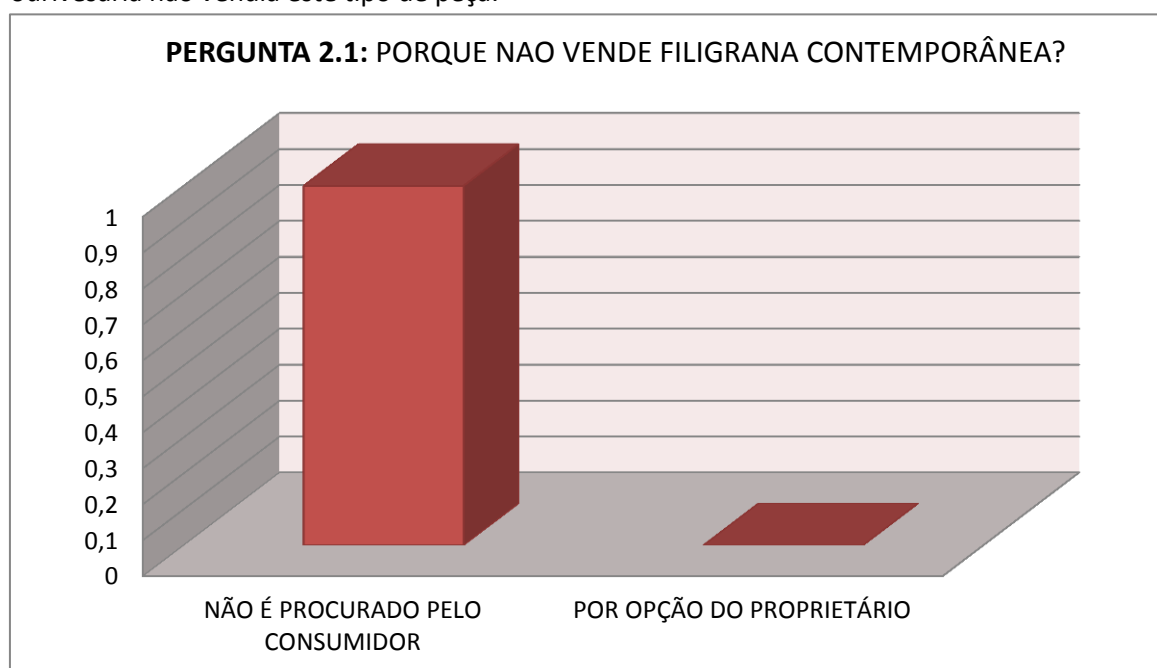
Os inquéritos foram dirigidos às ourivesarias\joalharias da cidade de Aveiro e arredores, tendo sido aplicada a todas as lojas deste tipo de comércio.

Foram no total 11 inquéritos preenchidos.

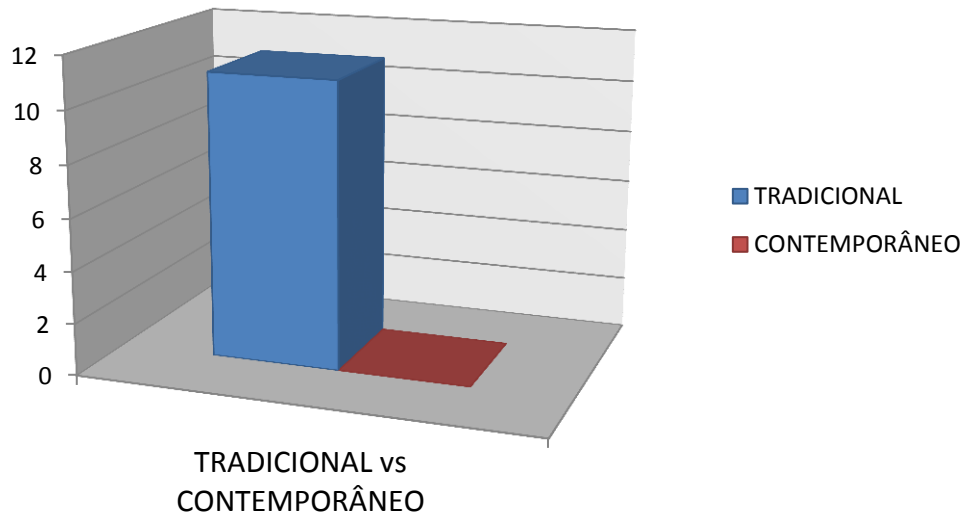
O objetivo deste inquérito era uma melhor perceção sobre os hábitos de consumo da população no que respeita ao consumo de objetos em filigrana.



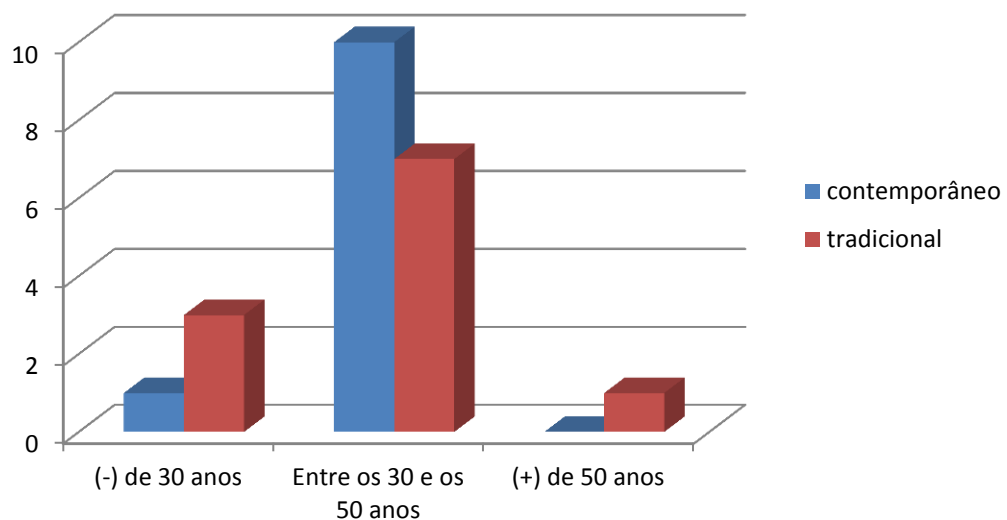
Analisando os resultados do gráfico anterior, conclui-se que todas as ourivesarias\joalharias vendem produtos de filigrana tradicional, e no caso da filigrana contemporânea, apenas uma ourivesaria não vendia este tipo de peça.



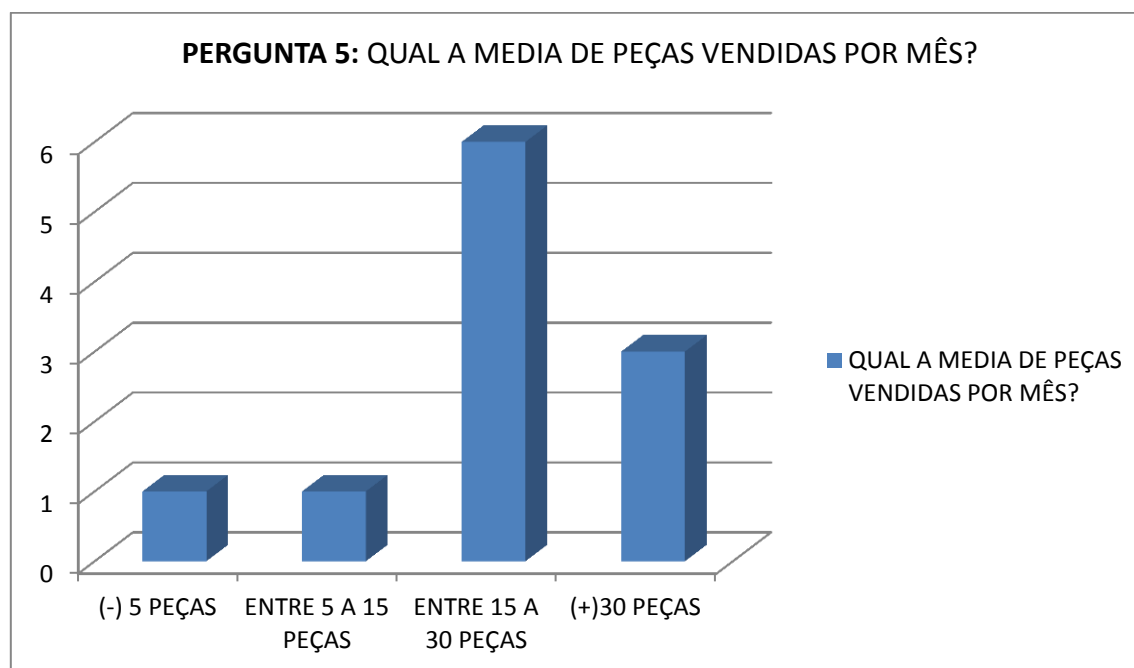
Este gráfico diz-nos que a única ourivesaria que não vende filigrana contemporânea, não o faz por não ser procurado pelo consumidor.

PERGUNTA 3: QUAL O TIPO DE PEÇA QUE SE VENDE MAIS?

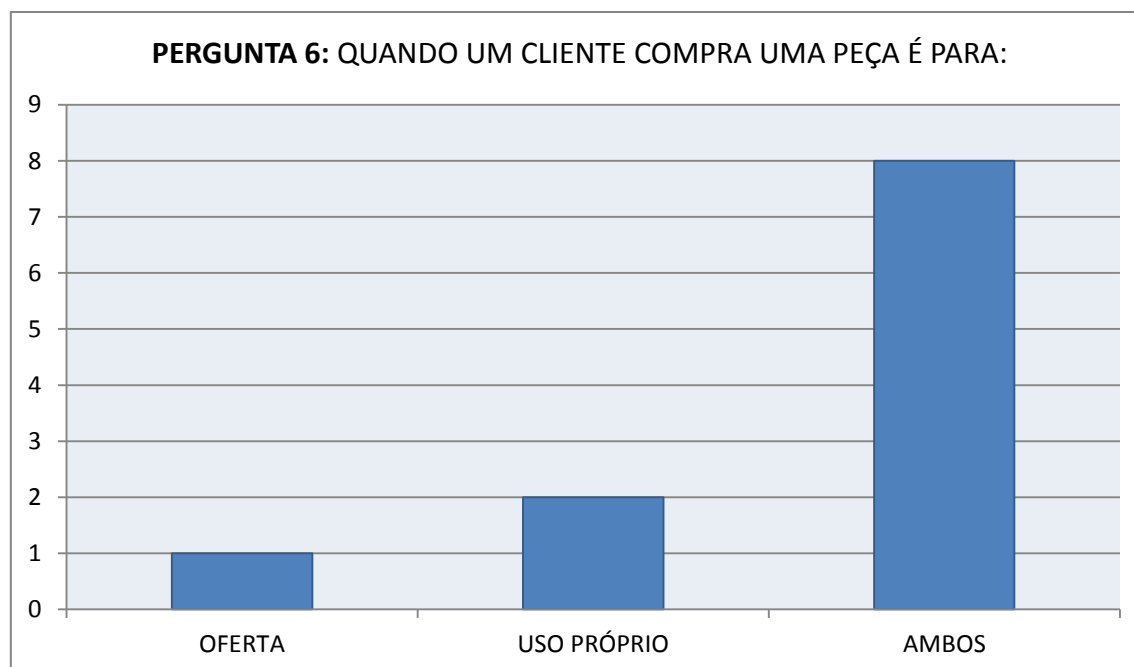
Tentando perceber hábitos de consumo, o gráfico anterior revela que as peças mais procuradas pelo consumidor são as peças tradicionais de filigrana portuguesa, tendo 100% dos inquiridos respondido que a filigrana tradicional era a mais procurada.

PERGUNTA 4: QUAL A CLASSE ETÁRIA QUE COMPRA PEÇAS DE FILIGRANA?

O gráfico da pergunta 4, mostra qual a idade do público consumidor de peças de filigrana, e que nos permitiu concluir que são pessoas com idade compreendida entre os 30 e os 50 anos que mais procuram estas peças, e que estas mesmas idades preferem filigrana contemporânea á tradicional, porém na idade compreendida por (-30 anos), a filigrana tradicional é a preferida, o que revela o gosto dos jovens pela tradição portuguesa, e nas idades de (+50 anos) também a filigrana tradicional é a eleita.

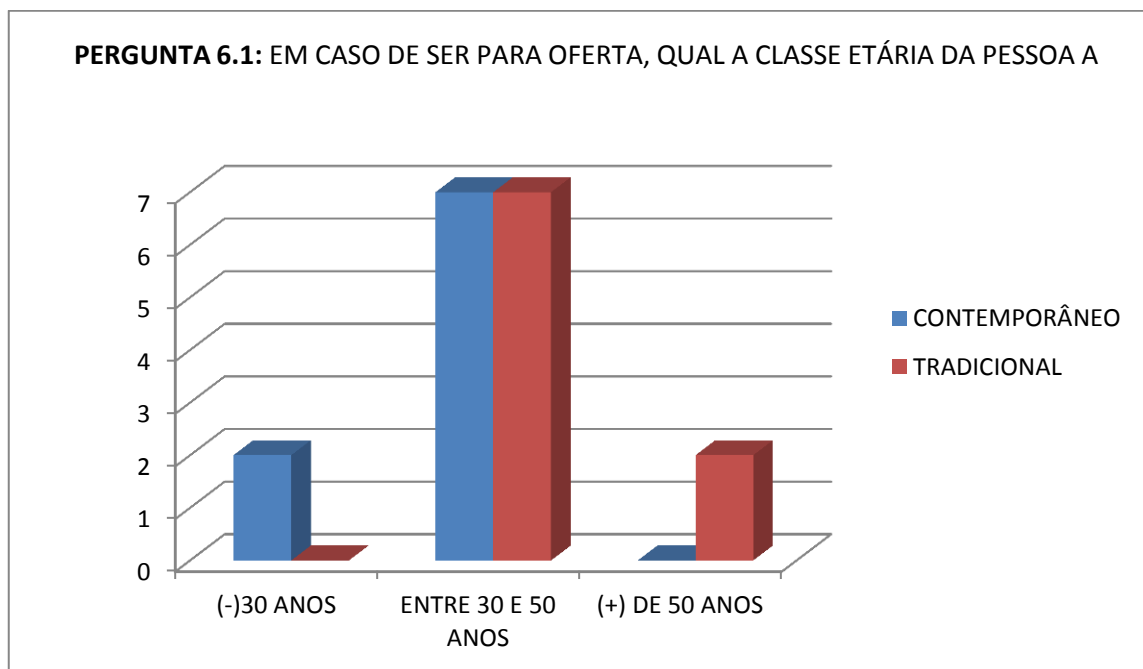


Neste gráfico conseguimos ter a perceção do mercado da filigrana, ou seja da sua procura, em que 6 ourivesarias vendiam entre as 15 e 30 peças por mês, e 3 vendiam mais de 30 peças por mês, o que nos permite concluir que é uma técnica que ainda tem muita saída.

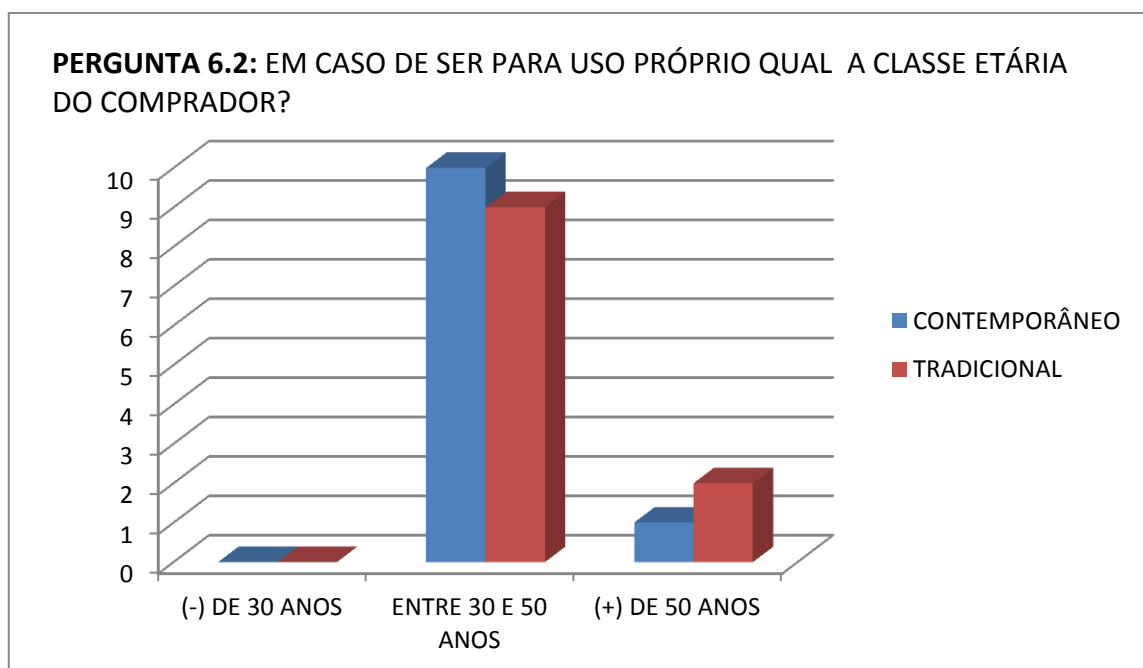


Na pergunta 6, podemos verificar que a filigrana é procurada não só pelo consumidor final, mas também pelo intermediário, ou seja o que pretende oferecer uma prenda, e que continua a eleger este tipo de peças, assim sendo e segundo os resultados obtidos, a filigrana continua a ser procurada para ambos os casos na sua maioria, ou seja para

oferecer e para uso próprio.

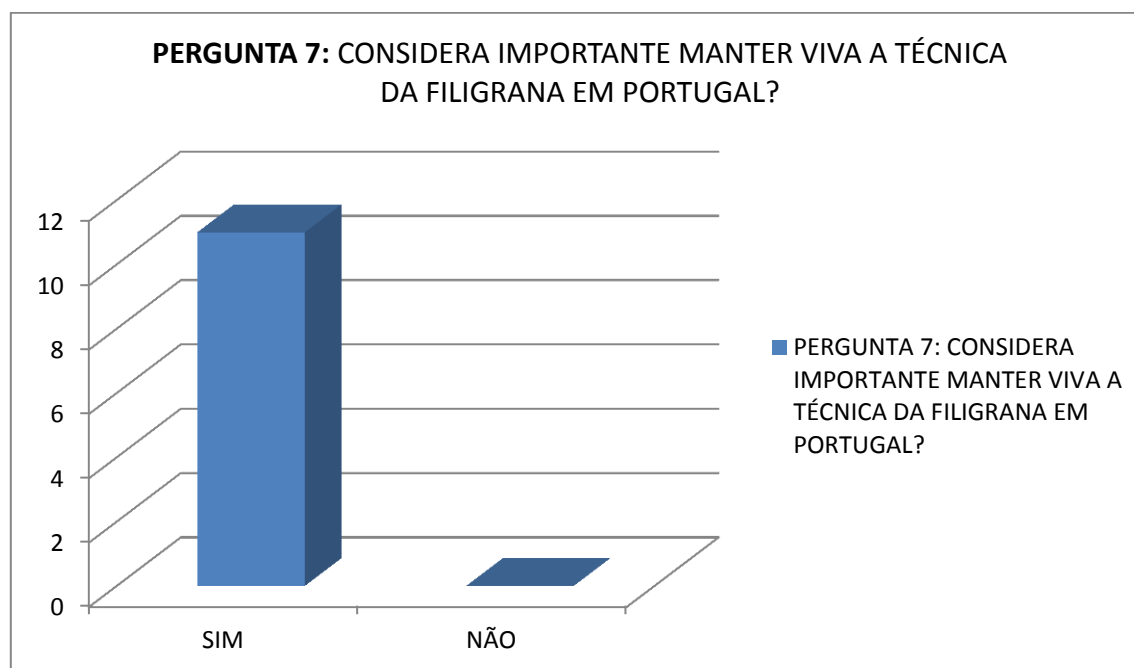


Em continuação aos resultados obtidos na pergunta 6, neste gráfico podemos verificar que tanto a filigrana contemporânea como a tradicional é procurada para oferecer em idades compreendidas entre os 30 e 50 anos, sendo este o maior público, no -30 anos oferece-se mais filigrana contemporânea, e no publico mais de 50 anos a tradicional



No caso de ser para uso próprio o grupo de maior número de consumidores, (30-50 anos) continua por uma diferença mínima a preferir o contemporâneo, o publico com mais de 50 anos o tradicional, e os mais jovens não compram para si próprios segundo

os resultados obtidos.



Este gráfico mostra que para todos os comerciantes é 100% essencial manter viva a técnica da filigrana portuguesa.

Conclusão:

Depois de analisar estes gráficos foi fácil verificar a importância que felizmente é dada á filigrana portuguesa, também devido a “ser moda no momento” sendo que principalmente as formas tradicionais ainda são as mais valorizadas, sendo que não é apenas o público mais velho a consumir este tipo de joia, o que alegra uma perspectiva futura de a filigrana continuar viva graças aos jovens que voltaram a valorizar as tradições portuguesas, houve inclusive um testemunho da ourivesaria Vieira em Aveiro (ourivesaria mais antiga da cidade) afirmando ter aumentado o consumo destas peças no ultimo ano, em que o principal cliente neste momento era principalmente encomendas de emigrantes na América ligada pelos mesmos á exibição de um coração de Viana ao peito da atriz Sharon Stone, e esta ourivesaria é uma das que mais peças vende de filigrana portuguesa tradicional no conselho de Aveiro (zona em que foram aplicados os inquéritos).

Assim sendo foi possível analisar que ainda existe uma desvalorização da ourivesaria contemporânea de filigrana, pois o público continua atrás das peças com história, que caracterizaram a nossa cultura e que ainda são os nossos símbolos lá fora.

É de destacar que a classe etária que mais compra e usa peças em filigrana quer a tradicional como a contemporânea são pessoas entre os 30 e os 50 anos, quer para uso próprio como para oferecer a pessoas dentro da mesma classe etária.

ANÁLISE DE MERCADO:

AS PRINCIPAIS EMPRESAS DE CALÇADO PORTUGUÊS:

Estudo realizado com o objetivo de selecionar o meu estudo de caso:

ACO

Com sede em Famalicão, a empresa foi fundada em 1975, e a sua especialidade é calçado de segurança e conforto. Trabalha com diversas empresas, entre elas “Aco”, “Acoped”, “Portania” e farmácias.

Vivendo principalmente do mercado de exportação em que as vendas rondam os 22 milhões de euros. Tem 620 trabalhadores.

ABREU & ABREU, LDA

Esta empresa vai atualmente na quarta geração dirigida por Miguel Abreu, e trabalham para insígnias como a “Superdry” e a “Palladium”. Criada em 1995, só em 2006 lançaram a própria marca a “Goldmud”. Vende 600.000 pares de sapatos por ano em que 85% vão para o estrangeiro, a empresa emprega 140 trabalhadores.

ALBERTO SOUSA, LDA

Sediada em Caldas de Vizela, é fornecedor de marcas como “Lacoste”, “Zara” e “Footprints”. Tem ainda duas marcas próprias, são elas: “Philippe Sousa” e “Eureka”. Esta empresa tem 20 anos, vende 10 milhões de euros por ano e tem 156 trabalhadores.

CAMPEÃO PORTUGUÊS

Esta empresa exporta 45% das suas vendas. Foi fundada em 1955 e ainda está a dinamizar o mercado externo e com isso chegar no ano atual aos 26.2 milhões de euros.

Trabalha para marcas como a “Dubarry”, “Massimo Dutti”, “Zara”, “Callaghan” e “Snipe”. As suas marcas próprias são a “Camport” e a “Sportstyle”.

A marca “Camport” tem atualmente uma rede de 8 lojas em Portugal e pretende arriscar este ano em novos mercados.

CARITÉ

Uma empresa com 24 anos que iniciou o seu trabalho numa pequena unidade de confeção que fornecia as principais fábricas de Felgueiras. Tem clientes como a “Dankso Inc.”, “Airbornee Footwear” e “Pentland”.

Tem duas marcas próprias, são elas: “Tem Toes” e “Stiletto”.

É uma empresa com 174 trabalhadores e vendas que rondam os 10 milhões de euros.

CODIZO

Esta empresa tem 34 anos, e é a empresa produtora do grupo “Sozé”, de Felgueiras. Desde 2002, começou a iniciar o seu investimento na marca própria “Dkode”, que ocupa 60% das vendas e tem 800 clientes em todo o mundo.

No ano de 2009 foram fabricados 300.000 pares de sapatos em que 95% foram para exportação tendo faturado com isso 12 milhões de euros, e atualmente emprega 130 pessoas e tem subcontratações em Marrocos.

FACTORUM PELE

Fundada á 25 anos atras em Santa Maria da Feira que atualmente fabrica 2000 pares de sapatos femininos (criança e adulto) em pele natural, e trabalham principalmente com exportação.

Os principais clientes são escandinavos, e têm a marca própria “Angelini e “Pé lindo”.

Situa-se em Marrocos a unidade de corte e costura com 200 trabalhadores conseguindo vendas de 10 milhões de euros.

FORTUNATO FREDERICO

Empresa de Guimarães , o grupo “Kyaia”, abriu em Setembro de 2013 a quinta fábrica em Paredes de Coura, mas conta com parcerias no estrangeiro. Esta empresa tem 600 trabalhadores e lucrou 50 milhões de euros, e o seu mercado é 95% de exportação.

A “Fly London” é a marca própria desta empresa e vende 20 milhões de euros em que 30% são para Inglaterra e orgulham-se de ter como clientes a atriz Sarah Jessica Parker e os músicos da banda Rolling Stones. A sua rede de sapatarias são representadas pela “Sapatália” e “Foreva”.

ICC

Sediada em Guimarães o seu foco é calçado profissional, e vive principalmente da exportação, com as marcas “No Risk” e “Lavoro”. Emprega 181 pessoas .

J.SAMPAIO & IRMÃO

Esta marca passou de fábrica comum a uma fábrica para grandes marcas quando resolveu revolucionar a empresa tendo investido no Design para que esta se torna-se a primeira empresa portuguesa com certificação em gestão e inovação, tendo já registado a patente do tacão que não faz barulho. A “Eject” é a marca própria desta empresa e está presente em 27 países. Mais recentemente apostou na empresa “Prophecy” de felgueiras direcionada ao alto segmento. Tem 125 trabalhadores e um lucro anual de 10 milhões de euros em que 55% deste lucro corresponde às marcas próprias.

JEFAR

Empresa com 330 trabalhadores na fábrica de Felgueiras, 70 trabalhadores em Amarante na “Calrifar” e 200 pessoas na Índia, “Indisport”. A sua marca própria é a “Pratik”, criada em 1977, e ocupa 10% das vendas. O restante resulta de contratos com grandes marcas em que 97% é exportação. Também possuem a empresa “Hugo Manuel” e “Star United”. A produção é dividida entre Felgueira, São João da Madeira e Guimarães, e algumas parcerias no leste. As suas vendas rondam os 10.5 milhões de euros.

MÁRIO CUNHA & FILHOS

Este grupo foi fundado em 1935 em Felgueiras. A sua marca própria é “Nobrand” e foi criada em 1988 e vale 50% das vendas. A sua faturação rende os 13.3 milhões de euros, com 108 trabalhadores, tendo a marca “Cavalli” e “US Pólo”.

PEDOURO

Produzidos em Felgueiras para marcas como a “Kickers”, “Superdry”, “All Saints”, entre outros. A empresa exporta a 100%, e também tem a marca própria, “Goldmud” que foi registada em Itália e ajudou a duplicar a faturação para 20 milhões de euros anuais. Esta empresa subcontrata trabalho de corte e costura em Portugal.

TATUAGGI

Situada em São João da Madeira, a Tatuaggi emprega 96 pessoas e fatura 10,6 milhões de euros, apenas com mercado no estrangeiro.

AS MELHORES MARCAS DE SAPATOS PORTUGUESAS:

Nos últimos tempos tem-se tornado famosa a qualidade dos artigos produzidos pelas melhores marcas portuguesas de sapatos tendo como reconhecimento já sido premiada em diversas feiras do setor, em que o mercado externo foi e continua a ser a grande aposta para montra dessas marcas.

As marcas Portuguesas de sapatos mais reconhecidas segundo um estudo do museu do calçado, são:

- Catarina Martins
- Cubanas
- Zilian
- Fly London
- Eureka
- Helsar
- Guava
- Luís Onofre
- Coqueterra
- Goldmud
- Camport
- Dkode
- Prophecy
- Rutz
- No Brand
- Xuz

A nossa indústria de calçado é cada vez mais requisitada por países de todos os continentes.

Estas marcas têm como principio uma relação de qualidade e design, conforto e estilo, que tornam o calçado português especial.

Com base nestes resultados fornecidos pelo museu do calçado e pelo Jornal Expresso, selecionei a marca que melhor se caracterizava com o meu projeto, caracterizada pelo luxo e sofisticação, pois é uma marca de qualidade que utiliza aplicações para adornar os sapatos e malas, com uma linha sofisticada.

Informação retirada do site:

<http://museudocalcado.wordpress.com/as-raizes-do-calcado/as-15-maiores-empresas-de-calcado-portuguesas/>

Em 20 de Abril de 2014

ESTUDO DE CASO

A marca Luís Onofre

A marca Luís Onofre, é uma marca de distinção portuguesa, de grande reconhecimento no estrangeiro. O seu público alvo é essencialmente classe alta, pois os seus sapatos e carteiras custam apenas algumas centenas de euros, que os consumidores não se importam de pagar por saberem que aliada á marca vem a qualidade, e o design jovem de cada modelo, aliado ao conforto e á intemporalidade de um sapato.

A fábrica Luís Onofre

A empresa foi fundada por Conceição Rosa Pereira (avó de Luís Onofre), em 1939, e desde a sua criação a grande preocupação no fabrico de calçado nesta fábrica era a qualidade com características da produção artesanal, conjugada por uma rigorosa gama de materiais utilizados para o fabrico.

Atualmente a empresa está sob a responsabilidade da 3ª geração, que foi assumida em 1990 por Luís Onofre, após ter frequentado o curso de Belas Artes, no Porto, e frequentou o C.F.P.C no curso de estilismo de sapatos e acessórios, em São João da Madeira.

Em 1999 é lançada a primeira coleção que marcou a nova fase da empresa na produção e no design.

A fábrica é composta por cerca de 50 funcionários, que são responsáveis pela conceção e desenvolvimento técnico e produção operacional, comercialização e gestão financeira.

Tem ainda oito funcionários responsáveis pela distribuição e representação da marca junto do mercado externo.

Continua a aposta em matérias-primas de qualidade, agora também a aposta nas inovações tecnológicas do momento, e uma maior especialização da mão de obra, e assim é combinado a vertente mecânica com a vertente artesanal na produção de calçado.

O posicionamento da marca no mercado está apoiado no desenvolvimento técnico de cada par de sapatos, já que este se dirige ao segmento de luxo. Além de seguir tendências a marca aposta na criatividade e na produção com qualidade de cada produto, característica essa que eu identifico com o meu projeto.

Em 2010 a empresa lança uma loja online que inclusive já foi premiada pela APMP – Associação para a promoção do Multimédia e da Sociedade Digital com o prémio de melhor site em Portugal, na área do comércio digital.

Em 2012 desenvolveram aplicações para Smartphones e tablets, desenvolvida em empresas nacionais e internacionais, com uma parceria com a marca Swarovski.

A marca Luís Onofre iniciou a sua participação em feiras e showrooms internacionais, com o objetivo de implementar a marca no mercado internacional, e como estratégia de marketing esta foi a melhor opção devido ao perfil internacional da marca foi determinante para o contacto com vários agentes internacionais, havendo uma adaptação a cada mercado externo em algumas particularidades.

Hoje em dia a marca está presente na Espanha, Rússia, Holanda, Bélgica, França, Alemanha, Dubai, EUA, Angola, Canadá, Nigéria, Mongólia, Brasil e China.

A marca participa regularmente na Micam, Modacalzado, Obuv e Mir Kozhi na Rússia, com um showroom permanente em Bruxelas, Rimini (Itália) e Alicante.

Como prova do seu sucesso no mercado externo temos figuras como Michelle Obama, Naomi Watts, Letizia Ortiz, Genoveva Casanova e Paris Hilton como usuários frequentes de calçado Luís Onofre.

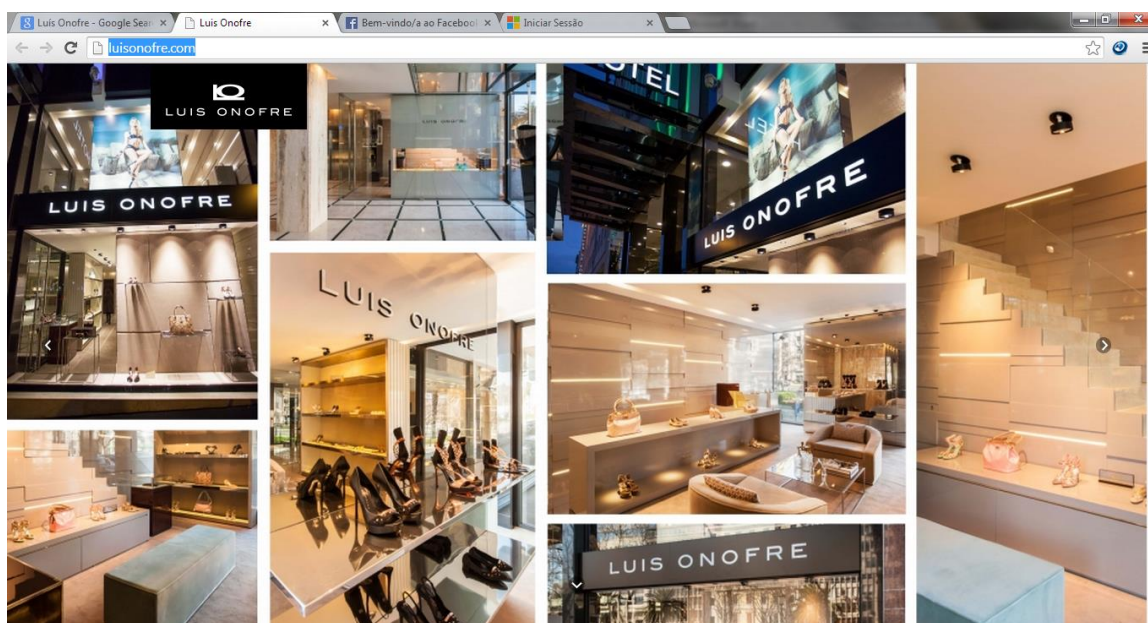
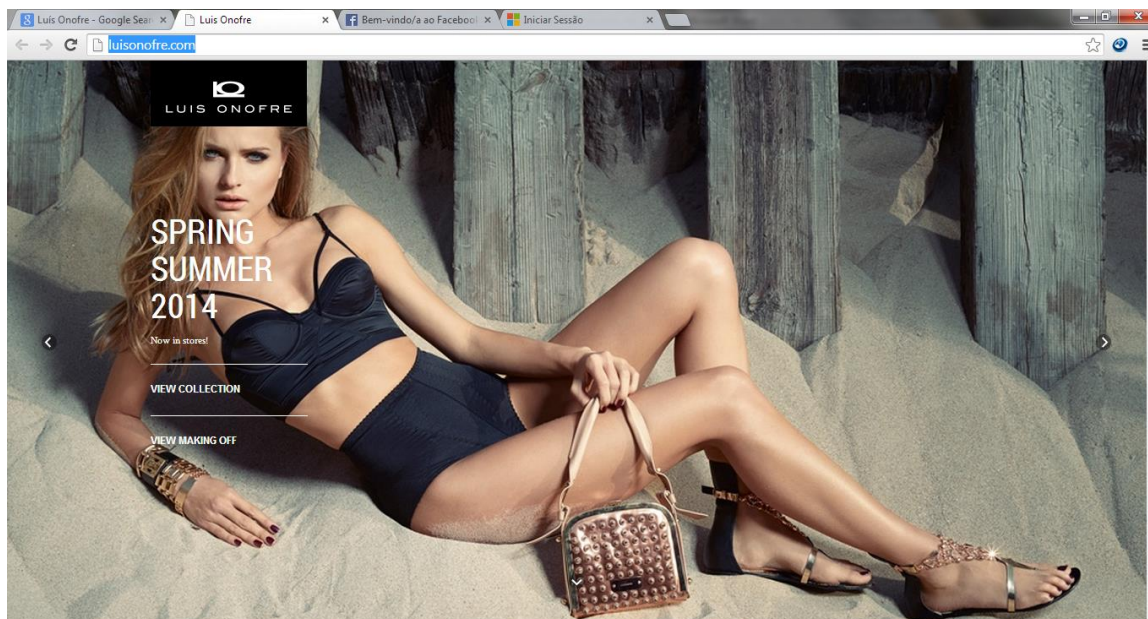
Em seguida apresento alguns modelos da coleção Primavera Verão de 2014:





O site: <http://luisonofre.com/>

Página de rosto:



O site tem um visual moderno e elegante, muito simples de interagir com duas paginas de rosto que se vão alternando, em que na primeira aparece uma mulher moderno exibindo um modelo de sapatos, e nessa página é possível aceder a vários links para conhecer melhor a empresa e os seus produtos.

A segunda pagina é com várias fachadas de diferentes lojas Luís Onofre por todo o mundo, onde é perceptível o requinte e sofisticação da marca.

D - COLEÇÃO “MADE IN PORTUGAL”

(os acessórios apresentados não são da minha autoria, tendo sido utilizados modelos do seguinte site: www.laredoute.pt em Maio de 2014, coleção primavera-verão)

CONCEITO:

Esta coleção visa implementar um maior consumo de filigrana na sociedade e criar uma ênfase sobre a importância de fabricar em Portugal, consumir o que é português, e exportar a tradição portuguesa, como sendo essencial para a sobrevivência de técnicas como a filigrana, que até há poucos anos passou por momentos muito complicados, e só há pouco tempo voltou a surgir um surto de encomendas, porém com tendência a ir diminuindo devido ao ciclo da moda, agora é moda como adorno, amanhã pode não ser, por isso surgiu a necessidade de reinventar novas modas, como é o caso desta coleção, acessórios com inclusão de peças em filigrana, para Portugal e para o mundo.

Esta marca tem como público-alvo a classe alta, mais propriamente, de luxo. Pois os produtos desta marca vão ser precisamente de gama alta, à semelhança da marca Luís Onofre, ou seja produtos de qualidade, com acabamentos de qualidade, materiais de qualidade, e um novo estilo de design. Com exclusivo fabrico em Portugal, daí o nome da coleção **“Made in Portugal”**.

O nome desta coleção é **“Made in Portugal”** dado que o objetivo desta coleção é sair além-fronteiras, achei necessário um nome que caracteriza-se bem o projeto, e como projeto desenvolvido em Portugal, com o objetivo de ser em fábricas portuguesas, com filigraneiros de Portugal e com a tradição portuguesa, este nome parece adequado para uma fácil perceção das origens deste projeto, pois por todo o mundo se sabe o significado de “made in” (fabricado em...), e como este trabalho é sobre Portugal, filigraneiros portugueses, e fabrico em Portugal, realçar o local de fabrico parece ser uma boa estratégia.

Esta coleção é de um estilo clássico, por ser intemporal, e assim não “passar de moda”. Além de ser um estilo que não ofusca as peças em filigrana que vão ser conjugadas.

Estas peças também foram redesenhadas respeitando as formas tradicionais, para que não perdesse identidade.

MODELO "ALMA":



MATERIAIS:

- OURO BRANCO
- OURO AMARELO
- DIAMANTES

ESCALA 3:1



APLICAÇÃO DE DIAMANTES

SUGESTÃO DE APLICAÇÃO



VISTA LATERAL



MODELO “FÉ”



MATERIAIS:

- OURO BRANCO
- OURO AMARELO
- DIAMANTES

ESCALA 3:1

SUGESTÃO DE APLICAÇÃO



DIAMANTES

VISTA LATERAL



MODELO "ORAÇÃO"



MATERIAIS:

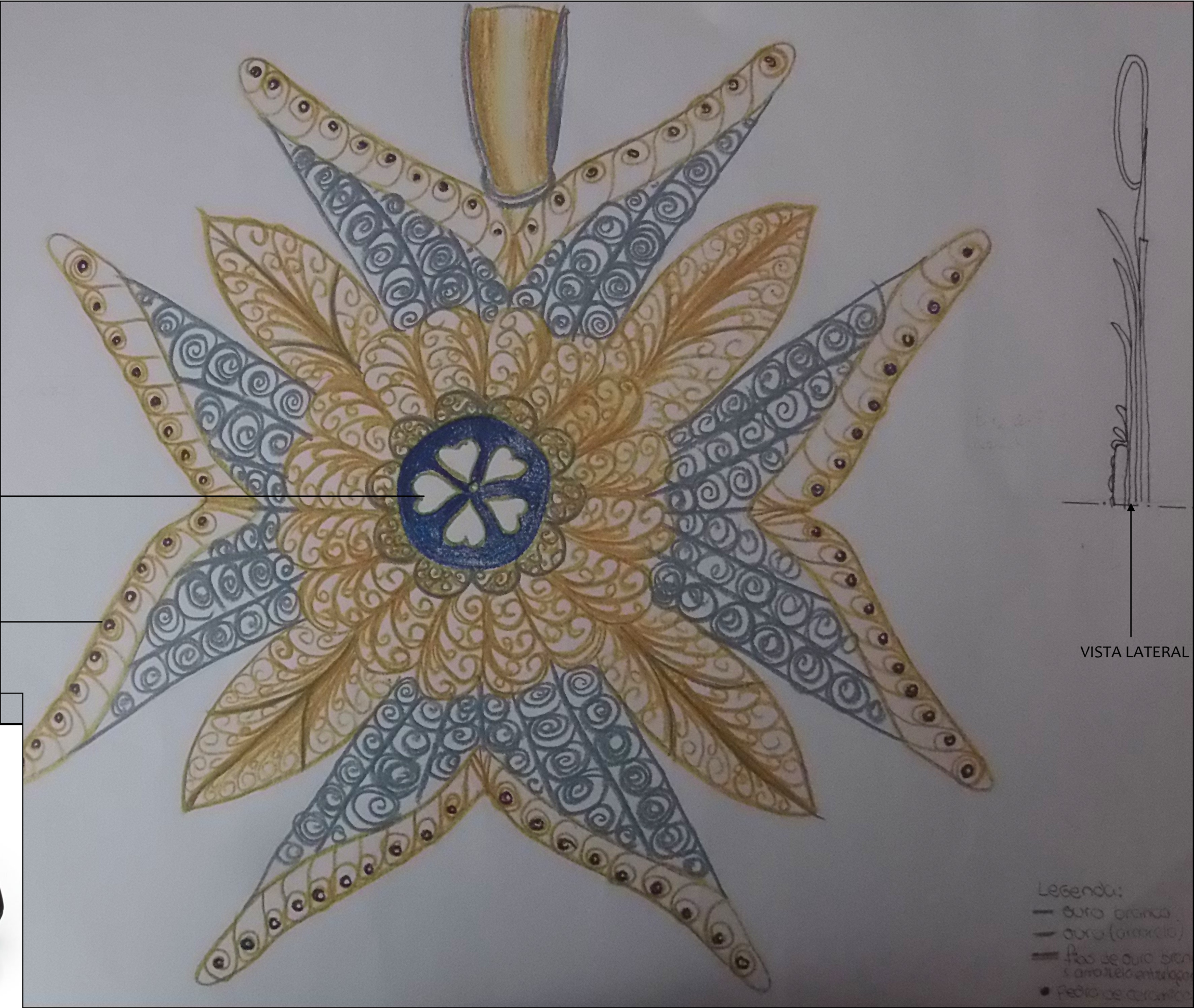
- OURO BRANCO
- OURO AMARELO
- PEÇAS EM CERÂMICA

ESCALA 3:1



PEÇA CERAMICA AZUL

SUGESTÃO DE APLICAÇÃO



MODELO “BRINCO”



MATERIAIS:

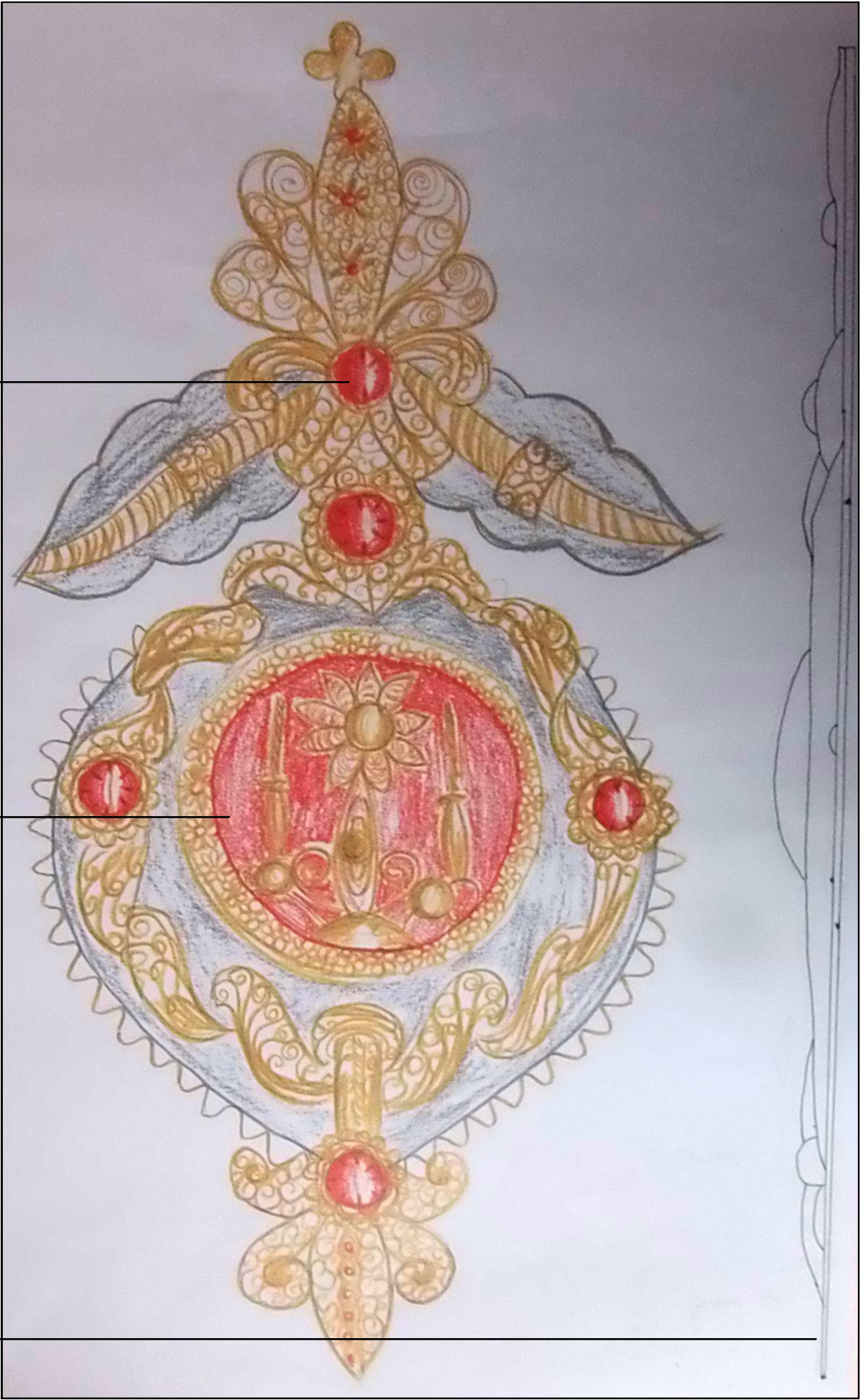
- OURO BRANCO
- OURO AMARELO
- RUBIS

ESCALA 2:1

SUGESTÃO DE APLICAÇÃO



RUBI



VISTA LATERAL

MODELO "FAMILIA"



MATERIAIS:

- OURO BRANCO
- OURO AMARELO
- DIAMANTES

ESCALA 3:1

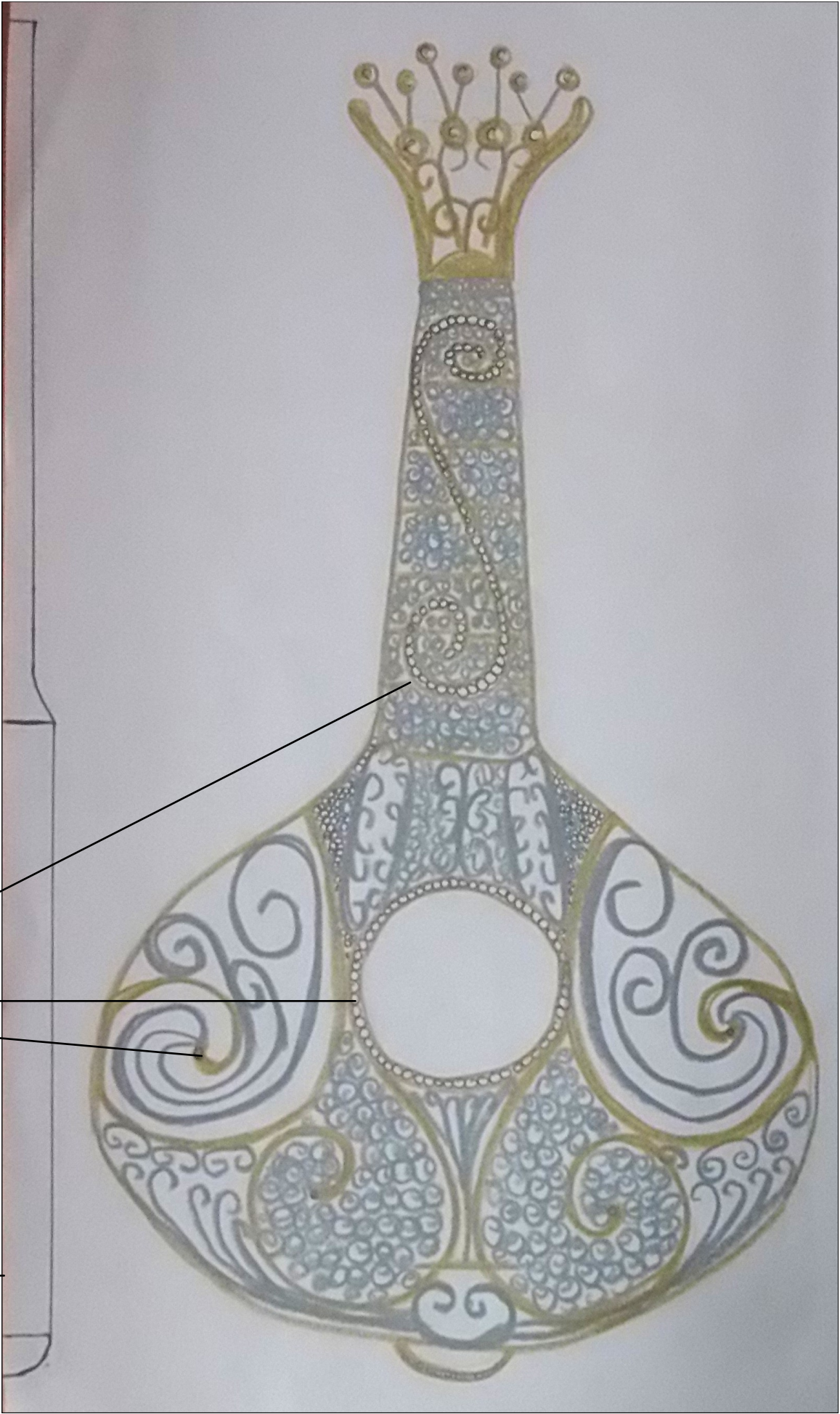
SUGESTÃO DE APLICAÇÃO



HOMENAGEM A CARLOS DO CARMO PELO GRAMMY GANHO RECENTEMENTE

DIAMANTES

VISTA LATERAL



MODELO “CARLOS DO CARMO”



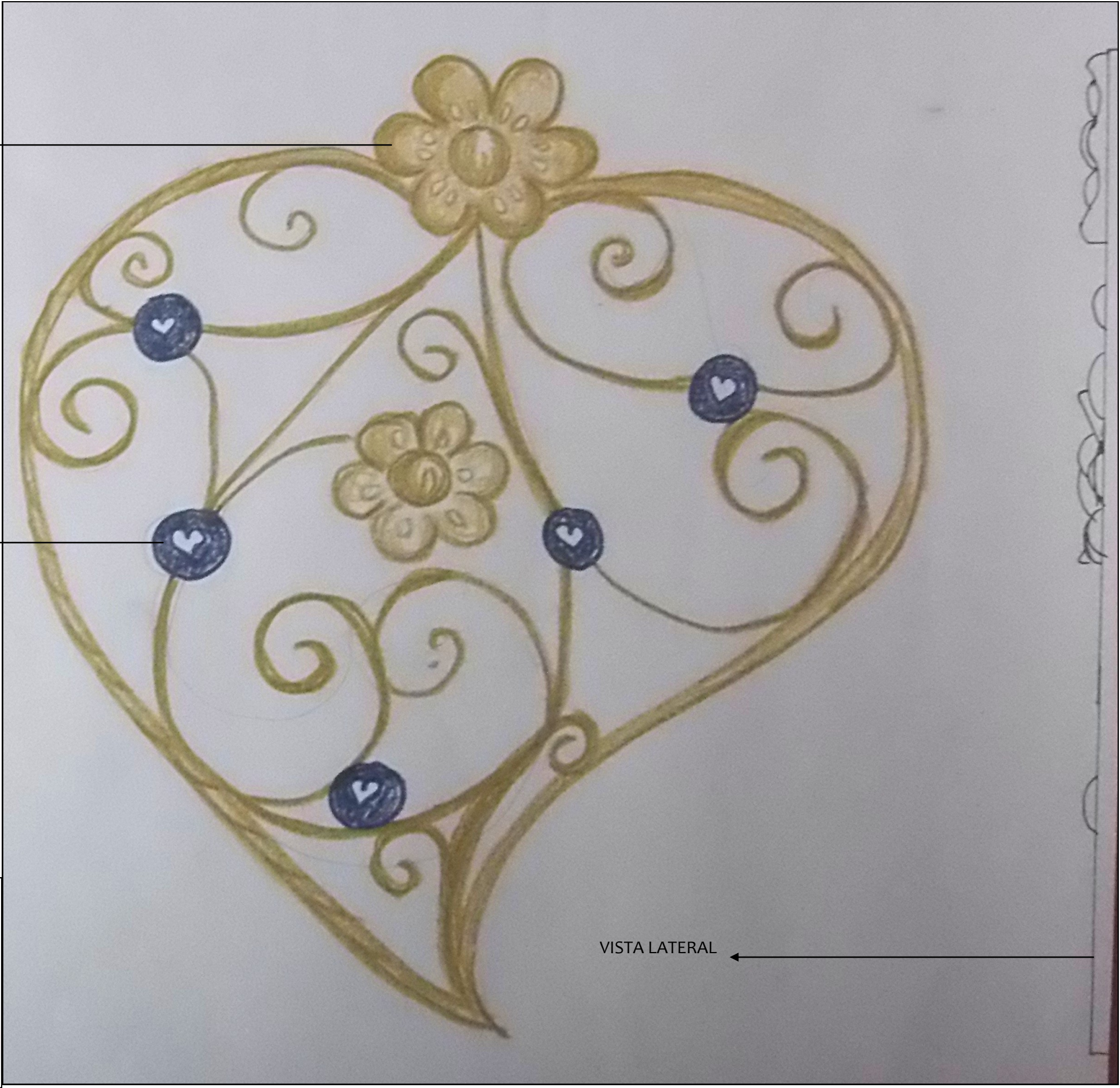
MATERIAIS:

- OURO BRANCO
- OURO AMARELO
- DIAMANTES

ESCALA 4:1



SUGESTÃO DE APLI-



ANÁLISE CONCLUSIVA

O RENASCIMENTO DA FILIGRANA:

Nos últimos anos a joalheria tem encarado uma nova realidade com uma revalorização do seu “lado” mais simbólico, tendo evoluído de objeto de investimento para objeto simbólico, e isso ampliou o seu significado.

É impossível separar o design da estética já que se enfatizou o simbólico das peças em que o desenho de artefactos passou a ser um meio cultural para a diferenciação do Homem, pois construíram-se sentidos e conteúdos.

Como foi analisado ao longo desta dissertação, os objetos transportam emoções, como referi no capítulo “O ouro, a prata e seus simbolismos”.

O poder do simbólico ainda hoje (e sempre levará) á compra de peças de joalheria apenas porque tocaram alguma coisa na nossa vivência, despoletaram uma recordação, uma vontade que dá de reviver um momento, feliz ou infeliz, marcar uma pessoa, uma família, uma viagem, uma vitória, etc. e assim uma compra compulsiva de uma peça de joalheria, ou seja um trunfo que também irá ser desenvolvido no meu projeto “Made in Portugal”, pois o poder do simbólico é eterno tal como uma peça de joalheria.

Ao longo da história sempre foi necessário para o individuo criar distinções sociais e isso era feito de diversas maneiras, em que a utilização de joias era um dos pontos essenciais.

Também no século XXI se vive a idade do luxo, e depois de estudar a história da moda é fácil perceber que os acessórios e os adornos sempre foram um indicador de status. Hoje alcançámos uma era global em que o toque do luxo é menos evidente, podendo ser transmitido por materiais ou enfeites aplicados em roupas e acessórios, e daqui surgiu a ideia de aplicar as formas da filigrana portuguesa em acessórios de moda.

“O luxo não é o oposto da pobreza, é o oposto da vulgaridade”(Coco Chanel)

O luxo é gerido por sensações e emoções que substituem os produtos em si e isso não se altera mesmo quando os princípios se afundam numa crise económica. Existe um apetite crescente para o luxo, quando até para alguns os bens essenciais escasseiam.

O luxo não é essencial para a sobrevivência, por isso requer uma intenção de desenvolver produtos únicos e criativos e uma tendência para a excelência em termos da qualidade da manufatura, os produtos de luxo do mundo da moda é essencialmente emocional, ou seja as marcas de luxo não vendem produtos mas sonhos, lembranças, simbolismos, mas essencialmente uma pessoa quando compra uma peça de luxo sonha pertencer a uma determinada classe social.

Em Portugal o sector do luxo é o que tem reagido melhor á crise tendo sido calculado um crescimento de 9% o que é justificado como o luxo ser uma tentativa de escape aos problemas do dia a dia e o luxo é perfeito para essa concretização.

As pessoas usam os produtos de luxo como representação de si próprias, tendo surgido também novas classes ricas que ajudaram ao crescimento do setor.

Segundo o professor doutor Pascal Portanier em entrevista á revista Vogue em Outubro de 2013, o conceito “Made in Portugal” deverá tornar-se um símbolo de excelência, criatividade e qualidade por si só, no futuro segundo o autor Portugal deveria apostar mais nestes campos para fugir á conjuntura atual, devemos nos concentrar neste nicho de mercado e apostar em novos designers. Também o mesmo autor no mesmo artigo refere que é importante Portugal desenvolver este mercado respeitando as tradições e identidade do país com base na história, na cultura e no universo gráfico de Portugal como forma de nos distinguirmos. A melhor forma de uma marca gerir paradoxos é mantendo-se fiel aos seus valores.

Também ao longo da minha investigação analisei autores que de certa forma vão ao encontro do meu raciocínio como é o caso do autor do livro “Objectos de Desejo” de Adrian Forty, enquadrado no final do séc. XVIII, e até metade do século XIX, e do livro “A sociedade de consumo” de Jean Baudrillard, que se enquadra na segunda metade do século XX.

Numa comparação entre estas duas obras é possível criar uma linha de evolução e de pensamento ao longo destes séculos, e assim ter uma maior perceção sobre a história da sociedade e a forma como foram decorrendo os acontecimentos e avançando as mentalidades.

Porém também foi notório que alguns pontos permaneceram praticamente iguais ao longo da história, principalmente no que se trata á necessidade de haver uma distinção social, e a própria vontade de que esta exista por parte da classe mais alta, e a constante discussão de o que é o bom Design.

Em “Objectos de Desejo” fala-se da introdução da mecanização, e dos efeitos que esta surtiu na sociedade do século XIX, inclusive na classe alta que com a industrialização dos tecidos, e depois o vestuário produzido em larga escala ter dificultado a distinção social desta classe, pois a classe média também já conseguia ter acesso economicamente a estes produtos.

Também Baudrillard fala no problema que seria uma sociedade de consumo igualitária, não acreditando que alguma vez tal pudesse acontecer, pois irá ser sempre notório pela abundância a distinção de classes. Numa outra leitura que também fiz ao longo do processo, do livro “A invenção da moda” de Massimo Baldini, onde também nesta obra encontrei uma citação de Jean Baudrillard retirada da obra “Para Uma Critica Da Economia De Signo”, Baudrillard afirma “A lógica formal da moda impõe uma crescente mobilidade de todos os signos sociais da distinção; mas corresponde esta mobilidade formal dos signos a uma mobilidade real das estruturas sociais (profissionais, politicas, culturais)? Certamente que não. A moda – em geral o consumo, que é inseparável da moda – mascaram uma inércia social profunda, e é ela mesma um fator de inércia social, enquanto na moda, através de mudanças rápidas e muitas vezes cíclicas dos objetos, do vestuário e das ideias, se tenta e se frustra a exigência de uma real mobilidade social”

Nesta afirmação Baudrillard esclarece que haverá sempre uma distinção social, principalmente por causa da moda, que muda rapidamente, de forma incessante, e apenas a classe mais alta tem capacidade de resposta perante esta mudança constante e incessante, que tem vindo a atravessar séculos, até aos dias de hoje, pois apesar de as classes com menos poder económico já conseguirem aceder a alguns produtos devido à industrialização, só a classe mais alta pode mandar fazer de imediato por exemplo o vestido com as novas tendências de cor, ou com uma micro tendência do momento, que tão depressa chega, como parte.

Segundo Massimo Baldini o consumidor é como que se trata-se de uma marioneta, sempre a ser manipulada de forma inconsciente e dominante pelo sistema da moda.

O início da democratização da moda, da igualdade das aparências que caracteriza a moda contemporânea, deve-se à burguesia, pois têm a possibilidade real em relação a classes inferiores, e uma atitude de competitividade, que se tornou socialmente relevante para o desenrolar da história.

Também em *Objectos de desejo* temos a possibilidade de assistir à necessidade de resposta da burguesia tendo sido necessário tal como referi na análise do livro, a criação de uma coleção de tecidos de qualidade superior, e com padrões distintos para a alta sociedade, pois esta fazia questão de exibir as suas posses, e não se queriam deixar passar por pessoas de outras posições sociais se não a sua, e para isso começaram a recorrer também às costureiras qualificadas para aplicação de ornamentos no seu vestuário, queriam exibir-se de modo pomposo.

As revistas de moda também apareceram por esta altura, revelando o que estava na moda na alta sociedade, para que fosse possível copiar estes modelos, contagiando ainda mais a frivolidade que se vivia na altura.

O design, ou o designer foi o grande responsável por toda esta correria e frivolidade, tal como refere Adrian Forty, os designers procuravam de forma incessante novas necessidades dos consumidores para rapidamente lhes dar resposta, ou simplesmente criavam uma nova necessidade para estes, e principalmente no mundo da moda, foi notório toda esta correria e mudança continua tanto no aspeto como em mentalidades.

Porém Adrian Forty observou também que com a introdução houve quem pusesse em causa o bom design, pois segundo os artesãos as máquinas retiravam valor ao objeto final, pois defendiam que a sua fabricação era de baixa qualidade, e sem rigor técnico, inúmeras discussões houveram sobre este assunto pois os artesãos defendiam que com a indústria mecanizada as máquinas é que mandavam na forma do objeto desvalorizando o papel do Designer. Porém e tal como foi provado na Grande Exposição, a indústria não retirou importância ao papel do Design, muito pelo contrário, pela primeira vez era possível reproduzir inúmeras vezes a mesma peça, tornando assim um objeto de design possível de ser

alcançado por um maior grupo de pessoas, pois baixaram os valores de produção, logo baixaram também os valores de custo para o consumidor, sendo assim possível adquirir um objeto a baixo custo e assim servir não só a classe mais rica.

O poder da sedução está a ser introduzido na sociedade, através da moda e de outros objetos que tal como Adrian Forty referiu estavam a ser produzidos de acordo com as características dos utilizadores (sexo, idade, conjuntura social, política, cultural e tecnológico), e isto fez com que no século XX fosse possível a Adrian Baudrillard escrever sobre o maior objeto de consumo de todos os tempos que até então ainda não se tinha olhado para esse “objeto” de tal forma. O corpo humano, principalmente da mulher que havia começado a ser exaltado em desfiles no início do século XIX, e que no século XX já eram forma de fazer propaganda, já haviam sido criados pacotes de beleza para satisfazer o corpo, e criados ideias de beleza, através das revistas femininas, e do mundo da moda, o corpo era agora um instrumento de culto, nos desfiles, afirma Baudrillard, já não era objeto de desejo, mas objeto funcional, um conjunto de signos onde se mistura a moda e o erotismo.

Relacionando estas obras com o meu tema de investigação, também na joalheria, que aliás pertence ao mundo da moda, mas de uma forma ainda mais particular e dirigida, sendo esta uma arte dirigida principalmente á classe social com maior poder económico, tendo sido desde sempre o maior trunfo desta classe, ao longo de todo o processo de industrialização, pois se o vestuário já era industrializado, e de fácil acesso, a joalheria continuava e ainda continua a ser um mundo aparte.

Existe também outra vertente, no que diz respeito aos signos, pois não existem só signos no sentido social, mas também no sentido histórico, e atribuídos por antepassados. Também às pedras são atribuídos significados de acordo com cada uma. Um diamante significa pureza, e por isso ser muito utilizada por noivas ou jovens, pois é uma pedra transparente e a mais brilhante de todas. Como já referi tal como mundo do vestuário que tem a sua própria linguagem e é dirigido a vários públicos, também a joalheria funciona assim. Objectos de desejo, impossíveis de adquirir por pessoas cuja a classe social não seja mais enobrecida, e adquirida por esta classe, por vezes em forma de prenda, outras como necessidade para se exibirem e brilharem num evento, ou como um simples desejo de aquisição, que acaba por servir da mesma forma para uma distinção social, embora no momento da compra não fosse esse o motivo do investimento.

Ao contrário do vestuário, e sendo este outro dos motivos que leva a joalheria a ser intemporal, é que esta não se “perde” com o tempo, da mesma maneira que o vestuário e o calçado, que pode romper ou desbotar, uma joia é eterna, inclusive muitas passam de geração em geração dentro de uma família, como signo de união e de continuidade do sangue e até mesmo de recordação da mãe, da avó, etc... A joalheria é um mundo distinto de todos os outros e que ainda sobrevive, agora já com

recurso á mecanização

Também na minha perspectiva, e concordando com Jean Baudrillard, nunca vai deixar de existir uma alta sociedade, e estes nunca vão deixar de sentir necessidade de se exibirem, e mostrarem a sua importância e o seu peso na sociedade. Atualmente, e devido á conjuntura social da Europa, mas falando essencialmente em Portugal, cada vez está a ser novamente mais notório a distinção de classes, pois a classe média ou está a empobrecer, ou em poucos casos a enriquecer, havendo os novos-ricos, estes com ainda com mais desejo de ostentação, e de poder. É novamente perceptível quando se passeia pela cidade e nos cruzamos por pessoas, qual o seu status, principalmente pelo vestuário, com recurso ás marcas (a marca dos sapatos, da camisola, das calças, da carteira, do carro, etc.). A sociedade em constante mudança.

Assim com base no estudo realizado ao longo desta dissertação e sabendo o percurso da história da joalharia mais concretamente da filigrana portuguesa, tendo aprofundado muito o meu conhecimento sobre este tema, pelo qual era algo ignorante.

Houve um crescimento cultural ao longo da realização desta dissertação que fizeram com que surgissem propostas para nova aplicação das tradicionais peças de filigrana portuguesa, pois assim não desrespeito a tradição e a cultura portuguesa, ao invés disso procuro aumentar o consumo deste tipo de peças, em que os seus significados não são deslocados, nem apagados, pois não estou a tentar apenas manter uma técnica, e esquecer a tradição, mas o oposto. Quero ajudar á expansão da nossa cultura, mostrar as nossas raízes ao mundo seguindo as tendências da moda.

BIBLIOGRAFIA:

- COUTO, João; GONÇALVES, António M.. --- *A Ourivesaria em Portugal*. Lisboa: Livros horizonte, 1960
- LIPOVETSKY, Gilles --- *O império do efémero, A moda e o seu destino nas sociedades modernas*. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1989
- CARDOSO, Priscila --- *Filigrana Portuguesa*. Póvoa do Varzim: Lello Editores, 1998
- D'OREY, Leonor --- *Ourivesaria*. Lisboa: Printer, 1998
- D'OREY, Leonor --- *Cinco séculos de Joalharia*. Lisboa: Zwemmer, 1995
- FAZENDA, Pedro --- *A ourivesaria portuguesa contemporânea e os metais e as pedras preciosas*.
- Dissertação de mestrado de: GOMES, Ana Filipa Reis--- *O design do adorno contemporâneo: da tradição á inovação*, Universidade de Aveiro\ Departamento de Comunicação e Arte, 2009
- BURDEK, Bernhard E.. --- *Design: História, teoria e prática do design de produto*. São Paulo: Edgard Blucher, cop. 2006
- BAUDRILLARD, Jean --- *A sociedade de consumo*.:Edições 70, 2010
- BALDINI, Massimo --- *A invenção da moda; As teorias, os estilistas, a história*: Edições 70, 2006
- FORTY, Adrian --- *Objectos de desejo: cosacnaify*, 2007
- Correia, Virgílio H.; Parreira, Rui; Silva, Armando C. F. --- *Ourivesaria Arcaica em Portugal*: Edições CTT, 2013

sites:

- <http://www.almaecoracao.pt/Coleccoes/Filigrana> (Abril, 2014)
- <https://pt-pt.facebook.com/filigranadviana> (Janeiro, 2014)
- <https://www.facebook.com/FiligranaAntonioOliveiraCardoso> (Fevereiro, 2014)
- <http://lugardoreal.com/video/fabrico-do-coraco-de-filigrana/> (Junho, 2014)
- <http://www.priberam.pt/dlpo/> (Junho, 2014)
- <http://www.lexico.pt/> (Junho, 2014)
- <http://www.almaecoracao.pt/Historia-da-Joalharia-Portuguesa> (Abril, 2013)
- <http://blogillustratus.blogspot.pt/2010/03/historia-das-joias.html> (Dezembro, 2012)
- <http://francis.jumpseller.com/historia-da-filigrana> (Dezembro, 2012)

- <http://expresso.sapo.pt/as-15-maiores-empresas-portuguesas=f599308>
(Junho, 2014)
- <http://museudocalcado.wordpress.com/as-raizes-do-calcado/as-15-maiores-empresas-de-calcado-portuguesas/> (Maio, 2014)
- <http://marketeer.pt/> (Junho, 2014)
- <http://www.joanavasconcelos.com/index.aspx> (Junho, 2014)
- <http://luisonofre.com/> (Junho, 2014)
- <http://www.vogue.fr/> (Junho, 2014)
- <http://www.elle.com/#007157915970310569> (Junho, 2014)
- <http://www.esad.pt/v2/filigrana/> (Abril, 2012)

Proveniência das Imagens:

- <http://www.elle.com/> (Junho, 2014)
- <http://www.vogue.fr/> (Junho, 2014)
- <http://www.almaecoracao.pt/Historia-da-Joalharia-Portuguesa> (Junho, 2014)
- <http://blogillustratus.blogspot.pt/2010/03/historia-das-joias.html> (Junho, 2014)
- Registos fotográficos da autora (Outubro de 2013 em Viana do Castelo, Museu do traje)

ANEXOS

Anexo 1:
GLOSSÁRIO

GLOSSÁRIO:

ABSTRACIONISMO – **ARTES PLÁSTICAS** arte abstrata; arte não figurativa

ACESSÓRIO – adj.

1. que não é fundamental: O luxo é um bem acessório.

subst. m.

1. objecto de adorno: acessórios de moda

2. peça de automóvel: O cinto é um acessório de segurança.

ARTES PLÁSTICAS movimento do século XX, caracterizado pelo abandono de formas essenciais (poliedros, cilindros, cones), fragmentando os volumes, despersonalizando o ato de pintar através de grafismos simplificados e utilizando, por vezes, a colagem (cartão, papel, espelhos) para quebrar a dureza da representação sem perspectiva

ADORNO – subst. m.

1. enfeite: os adornos do vestido

CUBISMO – nome masculino (Do francês *cubisme*, «idem»)

MODA - subst. f.

1. maneira de viver e de se vestir em determinada época: seguir a moda; estar na moda

2. indústria de vestuário: indústria da moda

JOALHARIA - subst. f.

1. arte de trabalhar materiais preciosos e semipreciosos: ****a arte da joalheria

2. loja onde se vendem jóias: ****comprar um colar numa joalheria

JÓIA – subst. f.

1. objecto de adorno valioso: usar jóias preciosas

2. quantia que se paga para entrar num clube: ****a jóia do clube

3. (fig) pessoa muito boa: Ela é uma jóia de pessoa.

FILIGRANA – peça de ourivesaria feita de fios de ouro ou prata delicadamente entrelaçados

OURIVESARIA – subst. f.

1. loja de objectos de ouro e prata

Anexo 2:

MODELO DO INQUÉRITO



Inquérito no âmbito da Dissertação de Mestrado em Design com o tema:

“Implementação da Filigrana Portuguesa junto da sociedade”

(Trabalho da aluna Iolanda Marques, ano letivo 2013\2014)

Este inquérito tem como objetivo a perceção dos hábitos de consumo da população portuguesa relativamente á joalharia, mais concretamente, relativamente ao consumo de peças de filigrana.

Este inquérito é dirigido apenas a ourivesarias\joalharias.

Só são válidas as respostas que apenas esteja assinalado uma única resposta, não sendo válido 2 respostas ou mais por pergunta, já que vão ser perguntas com opções de resposta.

Pergunta 1: Contém na sua ourivesaria\joalharia, peças em filigrana para venda?

SIM ☐

NÃO ☐

1.1 Caso a resposta á pergunta anterior tenha sido negativa, indique o motivo para a ausência deste tipo de peças no seu estabelecimento.

Não é procurado pelo consumidor ☐

Por opção do proprietário ☐

(No caso de a resposta ter sido negativa na pergunta 1, o seu inquérito termina aqui.)

Pergunta 2: Vende peças de Filigranas contemporâneas?

SIM ☐

NÃO ☐

1.2 Caso a resposta á pergunta anterior tenha sido negativa, indique o motivo para a ausência deste tipo de peças no seu estabelecimento.

Não é procurado pelo consumidor ☐

Por opção do proprietário ☐

Pergunta 3: Indique o tipo de peça em filigrana mais vendido no seu estabelecimento:


☐

☐

Pergunta 4: Qual a classe etária que mais consome peças em Filigrana Portuguesa?

Design contemporâneo:

Menores de 30 ☐

Entre os 30 e os 50 ☐

Dos 50 aos 150 ☐

Design tradicional:

Menores de 30 ☐

Entre os 30 e os 50 ☐

Dos 50 aos 150 ☐

Pergunta 5: Qual a média mensal de vendas de peças em Filigrana?

Menos de 5 peças ☐ Entre 5 a 15 peças ☐ Entre 15 a 30 peças ☐ Mais de 30 peças ☐

Pergunta 6: Quando um cliente compra uma peça em filigrana é para:

Uso próprio ☐ Oferta ☐ Ambos ☐

6.1: Em caso de a resposta anterior ter sido "para oferta" sabe a que classe etária habitualmente é dirigida a oferta?

Design contemporâneo:

Menores de 30 ☐

Entre os 30 e os 50 ☐

Dos 50 aos 150 ☐

Design tradicional:

☐
☐
☐

Menores de 30

Entre os 30 e os 50

Dos 50 aos 150

6.2: Qual a classe etária do cliente que compra uma peça em filigrana para oferta?

Design contemporâneo:

Menores de 30 ☐

Entre os 30 e os 50 ☐

Dos 50 aos 150 ☐

Design tradicional:

Menores de 30 ☐

Entre os 30 e os 50 ☐

Dos 50 aos 150 ☐

Pergunta 7: Considera importante manter viva a técnica da filigrana em Portugal, ou para si, e analisando os hábitos de consumo dos seus clientes já não é relevante?

É importante manter viva a técnica ☐ Não é relevante a continuação desta técnica ☐

Se respondeu a 2ª opção (não é relevante a continuação desta técnica) indique o porquê da sua resposta por extenso:

:

Anexos3

Projetos já existentes consultados:

Joana Vasconcelos

Coração Independente Dourado, 2004

Talheres em plástico translúcido, ferro pintado, corrente metálica, motor, instalação sonora

Canções interpretadas por Amália Rodrigues: *Estranha Forma de Vida* (Alfredo Rodrigo Duarte/Amália Rodrigues), *Maldição* (Joaquim Campos da Silva/Armando Vieira Pinto), *Gaivota* (Alain Oulman/Alexandre O'Neill). Autorização de IPLAY - Som e Imagem/(P) Valentim de Carvalho.

385 x 225 x 50 cm

Coleção Georges Marci, Gstaad



Portugal Fashion: TM Collection by Teresa Martins

Uma interpretação tradicional dos símbolos da cultura portuguesa esteve no centro de "Alma Mater", o outono/inverno de TM Collection by Teresa Martins.



Weproductise

Empresa portuguesa lança coleção de filigrana impressa em 3D

Recriar a arte da filigrana portuguesa com biomateriais impressos em 3D é o mais recente projeto da Weproductise. A empresa portuguesa lançou uma coleção que revisita uma arte onde as mãos de artesãos são substituídas por impressoras 3D.

Disponível na loja que a Weproductise inaugurou recentemente em Braga, a coleção Feel PiP é literalmente impressa em 3D, recriando peças da arte da filigrana portuguesa. A empresa chama-lhe artesanato tecnológico para definir a fusão que fez entre tradição e tecnologia.

Segundo a Weproductise, o projeto da recriação de artigos de filigrana em biomateriais impressos em 3D, surgiu no início de 2014 e, desde então, a estética tem sido aperfeiçoada, assim como os materiais e técnicas 3D utilizadas na elaboração de cada peça.

“O material utilizado é o PLA, um bio-polímero (vulgarmente denominado bio-plástico) em formato de fio, que é transformado em camadas que tornam a peça bela e com qualidade”, refere uma nota da tecnológica, que explica ainda ser “possível selecionar entre cerca de 15 cores disponíveis e cada peça tem um número de série limitado, uma vez que a sua materialização é feita, unidade a unidade, através de uma impressora 3D”.

A nova coleção que, entretanto vai incluir novos produtos, é” fruto de uma investigação cuidada na procura de símbolos e identidades do povo Português”, refere ainda a nota.

Depois da apresentação em Braga, a Feel PiP também vai dar-se a conhecer no Porto, Coimbra e em Lisboa. A empresa quer disponibilizar a sua venda por todo o país mas também pretende internacionalizar a sua nova coleção de artesanato tecnológico.

António Mota Vieira é o mentor da incubadora de projetos Weproductise, sediada em Ponte de Lima e vocacionada para a criação de produtos inovadores de ecodesign e engenharia de produto.



Martelo de filigrana de papel vence prémio 3D

Publicado em 2014-06-12

FERNANDO GONÇALVES

http://www.in.pt/paginainicial/pais/concelho.aspx?Distrito=Porto&Concelho=Porto&Option=Interior&content_id=3967331

É caso para dizer que martelos há muitos, mas os melhores foram escolhidos entre as quase 200 propostas apresentadas ao júri do "Martelinhos de S. João", um concurso da Fundação da Juventude que, este ano, cumpre a terceira edição.



Ontem, ouviram-se os nomes dos vencedores. Um deles, em 3D, imita a filigrana e usa o papel. Foi feito por Maria Isabel Fernandes, ausente da cerimónia. Patrícia Eira e Miguel Costa na plataforma 2D foram outros premiados, juntamente com o trio Helena Costa, Maria Soares e Jéssica Teixeira na categoria vídeo. Couberam 1000 euros aos primeiros classificados e 500 aos segundos, num total de 4500 euros.

"Fazemos um balanço extremamente positivo", afirma Ricardo Carvalho, presidente da Comissão Executiva da Fundação da Juventude, uma das entidades patrocinadoras do "Martelinhos de S. João". Procurando "aliar toda a iconografia da cidade do Porto no conceito do martelinho de S. João", o concurso está, segundo Ricardo Carvalho, numa fase de "crescimento", algo que pode ser observado pelo número e origem das candidaturas recebidas. "Abrimo-lo à cidade e ao país", disse. Desenhado e construído segundo a técnica de filigrana de papel (quilling), o martelo 3D vencedor incorpora elementos caraterísticos do S. João, como é o caso do alho-porro, do fogareiro e, claro está, do santo que dá o nome à festa.

De acordo com Fernando Nogueira, presidente da Fundação Millenium BCP, esta peça mereceu a distinção porque "junta a tradição à dificuldade técnica de forma discreta, misturando, simultaneamente, os elementos típicos do S. João". Mistura e tradição que acompanharam, de igual modo, a execução dos projetos vencedores nas categorias de 2D e vídeo.

Na ausência dos autores dos projetos vencedores, falamos com Cristiana Henriques, autora de um curioso martelo feito à base de feltro que lhe levou "cerca de um dia a criar" e que pretende, com a sua flexibilidade, fazer alusão ao "orgão genital masculino", explica.

Filipa Oliveira: designer de joias reinventou a filigrana portuguesa

Jovem criadora portuguesa já alcançou o reconhecimento, recebendo elogios da

editora da "Vogue" britânica

Texto de Tânia Monteiro / [JPN](#) • 02/11/2011 - 16:27

Tem apenas 25 anos, mas o seu brilho já se vê no mundo da joalheria. Filipa Oliveira é uma jovem portuguesa que tinha o sonho de se tornar numa designer de jóias e que, sentindo o desejo de crescer pessoal e profissionalmente, decidiu estudar fora de Portugal.



Através da Internet, a jovem candidatou-se a três universidades na esperança de "ter contacto com novas culturas e acesso a novas técnicas e formas de fazer joalheria". Filipa foi aceite nas três e a Escócia foi o destino escolhido: ingressou no curso "Jewellery & Metal Design", na Universidade de Dundee.

De início, surgiram algumas dificuldades que obrigaram a adaptações: diferentes hábitos, a distância em relação a família e amigos e o obstáculo da língua. Mas depois de três de anos, a jovem portuguesa afirma que fez novas amizades na Escócia, ultrapassou as dificuldades de comunicação e "o mais importante", acrescenta, é que se sente "apoiada e acarinhada por estas pessoas". Filipa garante que tudo "valeu a pena".

Uma designer promissora

Actualmente, **Filipa Oliveira**, recém-licenciada, é uma das designers mais promissoras no mundo das jóias. As peças criadas pela jovem portuguesa "transmitem a alma do passado e do presente", descreve, destinando-se a pessoas que procuram inovação mas que, ao mesmo tempo, têm paixão pelo que é tradicionalmente português.

Com base nesta ligação, surgiu a colecção Black Preciousness, o projecto final de curso, onde Filipa Oliveira utilizou ouro e prata. "A inspiração para esta colecção foi, sem sombra de dúvida, a filigrana portuguesa", refere a jovem designer, explicando que sempre foi "apaixonada" por esta técnica e que, além disso, considerava ser necessário inová-la, pretendendo conferir-lhes um "novo look".



Inquérito no âmbito da Dissertação de Mestrado em Design com o tema:

“Implementação da Filigrana Portuguesa junto da sociedade”

(Trabalho da aluna Iolanda Marques, ano letivo 2013\2014)

Este inquérito tem como objetivo a perceção dos hábitos de consumo da população portuguesa relativamente á joalharia, mais concretamente, relativamente ao consumo de peças de filigrana.

Este inquérito é dirigido apenas a ourivesarias\joalharias.

Só são válidas as respostas que apenas esteja assinalado uma única resposta, não sendo válido 2 respostas ou mais por pergunta, já que vão ser perguntas com opções de resposta.

Pergunta 1: Contém na sua ourivesaria\joalharia, peças em filigrana para venda?

SIM ☐

NÃO ☐

1.3 Caso a resposta á pergunta anterior tenha sido negativa, indique o motivo para a ausência deste tipo de peças no seu estabelecimento.

Não é procurado pelo consumidor ☐

Por opção do proprietário ☐

(No caso de a resposta ter sido negativa na pergunta 1, o seu inquérito termina aqui.)

Pergunta 2: Vende peças de Filigranas contemporâneas?

SIM ☐

NÃO ☐

1.4 Caso a resposta á pergunta anterior tenha sido negativa, indique o motivo para a ausência deste tipo de peças no seu estabelecimento.

Não é procurado pelo consumidor ☐

Por opção do proprietário ☐

Pergunta 3: Indique o tipo de peça em filigrana mais vendido no seu estabelecimento:

☐☐

Pergunta 4: Qual a classe etária que mais consome peças em Filigrana Portuguesa?

Design contemporâneo:

Menores de 30 ☐ Entre os 30 e os 50 ☐ Dos 50 aos 150 ☐

Design tradicional:

Menores de 30 ☐ Entre os 30 e os 50 ☐ Dos 50 aos 150 ☐

Pergunta 5: Qual a média mensal de vendas de peças em Filigrana?

Menos de 5 peças ☐ Entre 5 a 15 peças ☐ Entre 15 a 30 peças ☐ Mais de 30 peças ☐

Pergunta 6: Quando um cliente compra uma peça em filigrana é para:

Uso próprio ☐ Oferta ☐ Ambos ☐

6.1: Em caso de a resposta anterior ter sido “para oferta” sabe a que classe etária habitualmente é dirigida a oferta?

Design contemporâneo:

Menores de 30 ☐ Entre os 30 e os 50 ☐ Dos 50 aos 150 ☐

Design tradicional:

Menores de 30 ☐ Entre os 30 e os 50 ☐ Dos 50 aos 150 ☐

6.2: Qual a classe etária do cliente que compra uma peça em filigrana para oferta?

Design contemporâneo:

Menores de 30 ☐ Entre os 30 e os 50 ☐ Dos 50 aos 150 ☐

Design tradicional:

Menores de 30 ☐ Entre os 30 e os 50 ☐ Dos 50 aos 150 ☐

Pergunta 7: Considera importante manter viva a técnica da filigrana em Portugal, ou para si, e analisando os hábitos de consumo dos seus clientes já não é relevante?

É importante manter viva a técnica ☐ Não é relevante a continuação desta técnica ☐

Se respondeu a 2ª opção (não é relevante a continuação desta técnica) indique o porquê da sua resposta por extenso:
